

VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA
EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA VEŘEJNÉ EKONOMIKY

Zhodnocení přínosů public relations vybrané nestátní neziskové organizace v České republice

Evaluation of Public Relations Benefits of the Selected Non-state Non-profit Organization in the Czech Republic

Student: Barbora Valentová

Vedoucí bakalářské práce: Ing. Eva Kovářová, Ph.D.

Ostrava 2018

VŠB - Technická univerzita Ostrava
Ekonomická fakulta
Katedra veřejné ekonomiky

Zadání bakalářské práce

Student: **Barbora Valentová**

Studijní program: B6202 Hospodářská politika a správa

Studijní obor: 6202R055 Veřejná ekonomika a správa

Téma: Zhodnocení přínosů public relations vybrané nestátní neziskové organizace v České republice
Evaluation of Public Relations Benefits of the Selected Non-state Non-profit Organization in the Czech Republic

Jazyk vypracování: čeština

Zásady pro vypracování:

1. Úvod
2. Public relations a jeho specifika v neziskovém sektoru
3. Analýza aktivit vybrané nestátní neziskové organizace v rámci public relations
4. Zhodnocení přínosů public relations vybrané neziskové organizace a návrhy na další rozvoj aktivit
5. Závěr

Seznam použité literatury

Seznam zkratk

Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce

Seznam příloh

Přílohy

Seznam doporučené odborné literatury:

HEJLOVÁ, Denisa. *Public Relations*. Praha: Grada Publishing, 2015. 250 s. ISBN 978-80-247-5022-4.

PARSONS, Patricia J. *Ethics in Public Relations: A guide to best practice*. 3rd ed. London: Kogan Page Limited, 2016. ISBN 978-0-7494-7726-4.

STEJSKAL J., H. KUVÍKOVÁ a K. MAŤÁTKOVÁ. *Neziskové organizace – vybrané problémy ekonomiky: se zaměřením na nestátní neziskové organizace*. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2012. 169 s. ISBN 978-80-7357-973-9.

Formální náležitosti a rozsah bakalářské práce stanoví pokyny pro vypracování zveřejněné na webových stránkách fakulty.

Vedoucí bakalářské práce: **Ing. Eva Kovářová, Ph.D.**

Datum zadání: 24.11.2017

Datum odevzdání: 11.05.2018



doc. Ing. Petr Tománek, CSc.
vedoucí katedry

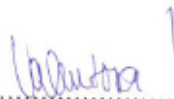


prof. Dr. Ing. Zdeněk Zmeškal
děkan fakulty

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem celou práci včetně všech příloh vypracovala samostatně. Veškeré přílohy, dané mi k dispozici, jsem samostatně doplnila.

V Ostravě dne 9.5.2018



Barbora Valentová

Obsah

1. Úvod	5
2. Public relations a jeho specifika v neziskovém sektoru	7
2.1 Definice public relations.....	7
2.2 Hlavní oblasti a nástroje PR	9
2.3 Definice nestátních neziskových organizací	11
2.3.1 Vymezení pojmu nezisková organizace	11
2.3.2 Znaky a klasifikace neziskových organizací	13
2.3.3 Funkce neziskových organizací.....	16
2.4 Druhy neziskových organizací v České republice	17
2.4.1 Státní neziskové organizace	18
2.4.2 Nestátní neziskové organizace	19
3. Analýza aktivit vybrané nestátní neziskové organizace v rámci public relations.....	21
3.1 Evidovaná právnická osoba církve nebo náboženské společnosti.....	21
3.1.1 Vznik evidované právnické osoby	21
3.1.2 Výroční zpráva evidované právnické osoby	23
3.1.3 Zánik účelového zařízení církve nebo náboženské společnosti	24
3.2 Diakonie Českobratrské církve evangelické, středisko Diakonie Českobratrské církve evangelické ve Valašském Meziříčí	26
3.2.1 Diakonie Českobratrské církve evangelické	26
3.2.2 Organizační struktura střediska Diakonie ČCE ve Valašském Meziříčí.....	28
3.3 Analýza public relations aktivit střediska Diakonie ve Valašském Meziříčí	31
3.3.1 Analýza aktivit střediska ve Valašském Meziříčí v interní oblasti PR	32
3.3.2 Analýza aktivit střediska ve Valašském Meziříčí v externí oblasti PR.....	34

4. Zhodnocení přínosů public relations vybrané neziskové organizace a návrhy na další rozvoj aktivit	39
4.1 Zhodnocení aktivit v oblasti interních public relations	39
4.1.1 Interní osobní nebo elektronická komunikace organizace	39
4.1.2 Pravidelné akce v podobě porad nebo oceňování zaměstnanců.....	40
4.1.3 Interní newslettery a ročenky	42
4.1.4 Interní plakáty s posláním a hodnotami	43
4.2 Zhodnocení aktivit střediska v oblasti externích PR	43
4.2.1 Zhodnocení aktivit v oblasti produktového PR.....	44
4.2.2 Zhodnocení aktivit v oblasti media relations a digitálního PR	46
4.2.3 Zhodnocení PR aktivit ve vztahu k veřejnému sektoru.....	48
5. Závěr.....	54
Seznam použité literatury	57
Seznam zkratek	59
Seznam obrázků	
Seznam grafů	
Seznam tabulek	
Seznam příloh	
Přílohy	

1. Úvod

Public relations, tedy vztahy s veřejností, jsou dnes nedílnou součástí fungování každé organizace. Aktivita v oblasti public relations odráží pověst organizace, proto je způsob jejich využívání velice důležitý, a to i pro neziskový sektor. Veřejnost tyto aktivity public relations vnímá velice citlivě a pokud organizace dokáže mínění veřejnosti pozitivně ovlivnit, toto úsilí se odrazí v ekonomické a funkční stabilitě. Tato bakalářská práce je zaměřena na analýzu aktivit vybrané neziskové organizace v oblasti public relations a následnému zhodnocení úrovně těchto aktivit. Součástí bakalářské práce jsou také doporučení pro další rozvoj aktivit v oblasti public relations.

Obsahem první části této bakalářské práce jsou zejména počátky public relations, které pocházejí z Ameriky, přesněji řečeno ze Spojených států amerických, kde se jejich nynější podoba začala vyvíjet a postupně se oddělila od reklamy a propagandy. Dále se bakalářská práce věnuje základní definici, co je to public relations a obecně základnímu rozdělení oblastí a nástrojů public relations.

Druhá část bakalářské práce se věnuje obecně neziskovému sektoru, jeho specifikům se zaměřením na vybranou nestátní neziskovou organizaci. Působení vybrané nestátní neziskové organizace je zejména v sociální a zdravotní sféře, kde se tato organizace snaží zajistit nezbytnou péči nemocným, mentálně nebo zdravotně postiženým a seniorům.

Public relations vybrané nestátní neziskové organizace jsou nesmírně důležité z toho důvodu, že provoz organizace je hrazen zejména prostřednictvím dotací, ovšem její hlavní činnost je pak odkázána na finanční podporu zdravotních pojišťoven, pokud je určena na ošetrovatelskou a pečovatelskou službu. Dalším zdrojem příjmů pro financování dalších projektů a služeb jsou příspěvky dobrovolných dárců.

Cílem bakalářské práce je představit aplikaci principů public relations a zhodnotit úroveň využití nástrojů public relations a jejich přínosy v prostředí vybrané neziskové organizace. Práce se zaměřila zejména na jejich vývoj v čase. Nedílnou součástí práce je i návrh dalších možností rozvoje aktivit v oblasti public relations u vybrané organizace.

Závěrem bakalářské práce budou všechny uvedené aspekty zrekapitulovány a doporučeny další aktivity, které mohou do budoucna pomoci organizaci ke stabilizaci aktivit public relations a k jejich dalšímu vývoji.

K analýze budou využity všechny dostupné informace získané od organizace, které se týkají finančních zdrojů, hospodaření s těmito zdroji a další přehledy aktivit, kterými organizace disponuje. v práci bylo využito několik metod ke zhodnocení, zejména analýza hospodářských dat, tedy objemy příjmů a výdajů. Dále komparace zjištěných hodnot z analýz a jejich následný popis a interpretace.

2. Public relations a jeho specifika v neziskovém sektoru

Samotný pojem public relations neboli vztahy s veřejností prozatím není natolik rozšířený v obecném povědomí veřejnosti, ne vždy je jeho význam interpretován správně a je spojován s propagandou nebo manipulací.

Vztahy s veřejností jsou již více než sto let samostatným vědním oborem, své základy čerpají z prvních reklam a jsou odpovědí na potřebu veřejnosti, být informován, a to co v nejkратší době a co možná nejpřesněji. V tomto okamžiku vzniká nový vztah, nejen s externí veřejností a je potřeba jej udržovat. V České republice patří vztahy s veřejností již více než 25 let k profesionální oblasti, o čemž svědčí také Asociace public relations agentur (APRA), která sdružuje dalších více než 20 samostatných agentur zabývajících se touto problematikou.

V neziskovém sektoru se public relations na profesionální úrovni začaly využívat relativně nedávno, ovšem jejich funkce je velice zřetelná, protože jsou jediným nástrojem, jak se dostat veřejnosti do povědomí a sledovat své cíle.

2.1 Definice public relations

Význam pojmu vztahy s veřejností, tak jak jej chápeme dnes, byl poprvé použit soudcem Dormanen Eatonem v jeho proslovu k absolventům univerzity v Yale v roce 1882 „Vztahy s veřejností a povinnosti právnické profese“. Mluvil o způsobech, jak přizpůsobit roli organizace, respektive právnické profese, aby co nejlépe sloužila zájmům veřejnosti (*Heath, 2005, s. 916*). Pojem vztahy s veřejností začali více používat američtí konzultanti po první světové válce. Vedle je k tomu především snaha odlišit svou profesi od válečné propagandy a pojmenovat nově vzniklou profesi. Ironií je, že spousta přesvědčovacích technik vzešla právě z válečné propagandy a spousta odborníků své znalosti nabyli tímto způsobem.

Propaganda a vztahy s veřejností toho mají mnoho společného, kromě hlavního cíle, tedy komunikace, mají společný i další cíl, a to přesvědčit. Techniky a metody obou odvětví používají úředníci, tiskoví agenti, propagandisté, specialisté nebo lobbisté vždy však sledují svůj jediný cíl, a to přesvědčit, a tím ovlivnit chování veřejnosti. Jak public relations, tak propaganda jsou komunikační prostředky, jejichž metody a techniky se mohou lišit, ale mohou toho mít nápadně mnoho společného. Hlavním rozdílem mezi těmito obory je kontext politický a společenský. Podmínkou existence vztahů s veřejností je rozvoj svobodné

komunikace mezi lidmi, proto je omezena na státy s ústavně zaručenou svobodou slova a fungujícími necenzurovanými médii. Propaganda však může fungovat v každém státě, s totalitním nebo demokratickým režimem. Samotný pojem public relations (dále jen PR) znamená vztahy s veřejností. V obecném povědomí není natolik rozšířený.

Public relations je „označován jako soubor teorií, dovedností a profesí“ (Hejlová, 2015, s. 16). Ovšem pro pojem PR neexistuje jediná univerzálně uznávaná definice, a tak je možné, setkat se s několika verzemi. V roce 1972 se o definici pokusil teoretik Rex Harlow, který nasbíral 472 možných definic a pokusil se z nich vybrat dvě, pracovní a popisnou. Pracovní definici PR popsal jako specifickou funkci managementu, která pomáhá založit a udržovat oboustrannou komunikaci, porozumění, přijetí a spolupráci mezi organizacemi a publikem. Samotné PR podle něj také zahrnuje řízení problému nebo témat a umožňuje managementu informovanost o veřejném mínění, tím je také schopný správně reagovat, předvídat změny a umět jich využít ve svůj prospěch. PR jako své základní nástroje také využívá výzkumy a etické komunikační techniky (Harlow, 1976).

V popisné definici Harlow dále ještě rozvíjí to, co vlastně profese odborníka na vztahy s veřejností je, co obnáší jeho praxe. Základním prvkem praxe je tedy soubor znalostí, dovedností a odborných metod, dále je to funkce managementu, jejíž cílem je udržování vztahů mezi dvěma či více organizacemi. Dalším důležitým prvkem PR je celá řada dalších organizací a institucí, se kterými neziskové organizace komunikují. Mohou to být vzdělávací organizace, obchodní společnosti, orgány státní správy a samosprávy a další. Velmi důležitou funkcí je ta poslední, tedy ovlivňování veřejného mínění, poskytování poradenství a komunikace pomocí nejrůznějších prostředků (Harlow in Hiebert, 1988).

Edward L. Bernays rozdělil PR do tří základních oblastí, které tvoří nedílnou součást společnosti a jsou nedílnou součástí lidské komunikace již od počátku civilizace. Tyto tři základní oblasti jsou informování, přesvědčování a mezilidská interakce (Bernays, 1952, str. 3). Termín public relations se objevoval hlavně v odborných publikacích nebo byl používán ve spojitosti s propagandou.

2.2 Hlavní oblasti a nástroje PR

V rámci vztahů s veřejností existuje několik odlišných způsobů dělení PR, dosud však není shoda a ani samotné vymezení PR není zcela jednoznačné. Jednotlivé oblasti se mohou dělit dle cílových skupin, daného sektoru či samotných oblastí působnosti a nástrojů public relations. Pro ucelenější pohled slouží přehled podle cílových skupin komunikace:

- interní PR – směrem k zaměstnancům
- externí PR – směrem k veřejnosti (např. médiím, spotřebitelům, investorům, apod.).

PR je možné také rozdělit dle vztahu k daným cílovým skupinám do několika kategorií, jak je uvedeno na obrázku 2.1. Základním rozdělením je tedy interní část PR, která se zaměřuje na působení na samotnou organizaci, tedy její zaměstnance, vrcholný management nebo spolupracovníky. Externí část působí na své okolí, tedy na své investory, média, orgány veřejné správy nebo širokou veřejnost.

Obrázek 2.1 Rozdělení dle vztahu k cílovým skupinám



Zdroj: autorka

Záběr vztahů s veřejností je natolik široký, že nelze přesně specifikovat všechny jeho oblasti, ovšem je možné vymezit nejčastěji využívané oblasti, mezi které lze zařadit politické public relations, interní komunikace, korporátní komunikace, celebrity public relations, issues management (identifikace možných problémů), společenská odpovědnost firem, investor relations, a další (Hejlová, 2015).

Používání nástrojů v PR implementuje různé komunikační strategie do praxe. Efektivnost implementace se poté odráží na dobrém jménu organizace. Několik velkých mezinárodních nevládních organizací si vybudovala pomocí PR své dobré jméno. Využití nástrojů PR dovedla k dokonalosti např. organizace Greenpeace, jejíž eventy dokáží zaujmout novináře, komunikují přímo se zainteresovanými osobami, jejich finanční sbírky jsou úspěšné, a to vše díky skvělému využití sociálních sítí a svých webových stránek.

Některé z nástrojů PR byly již zmíněny, nicméně mezi nástroje vztahů s veřejností patří zejména (Hejlová, 2015):

- media relations (výsledkem může být tisková zpráva, tisková konference nebo interview, apod.),
- eventy (události, které v posledních letech a čím dál častěji organizují komerční banky, mohou to být různé veletrhy, které jsou zakořeněny hluboko v historii, výstavy, a další.),
- digitální komunikace, která je dnes nedílnou součástí denní reality v podobě sociálních sítí a webových stránek,
- finanční nebo hmotná podpora, tedy sponzoring (ve velké míře využíván sportovci v podobě dodávek oblečení, vybavení, apod.),
- krizová komunikace,
- doporučení – endorsement expertů nebo také celebrit a
- fundraising, tedy sbírání finanční podpory na činnost samotné organizace nebo na konkrétní účel, a mnoho dalších.

Prvotním uživatelem PR byly obchodní společnosti a podnikatelé, které je používají pro vytvoření pozitivní reklamy, přilákání nových zákazníků a s tím spojený vyšší zisk. Ovšem

vztahy s veřejností neslouží pouze v podnikatelském a obchodním sektoru. I neziskový sektor začal používat nástroje PR. Neziskové organizace si takto budují svá dobrá jména, udržují vztahy s dárci, zaměstnanci, veřejností i vládními organizacemi. Přidaná hodnota PR pro neziskové organizace je v jejich rostoucí důvěryhodnosti a aktivní zájem široké veřejnosti, který se dnes těší velkému úspěchu.

2.3 Definice nestátních neziskových organizací

Neziskové organizace obecně jsou součástí terciárního sektoru ekonomiky. Může dojít k mylnému dojmu, že neziskové organizace neprodukují žádný zisk ani podnikatelskou aktivitu, opak je ale pravdou. Své podnikatelské aktivity však směřují k financování hlavní činnosti, pro kterou byly založeny.

Mají své specifické a významné postavení v každé společnosti. Nelze je brát pouze jako poskytovatele služeb, které není schopen zajistit stát nebo trh, jsou také ukazatelem vyspělosti občanské společnosti.

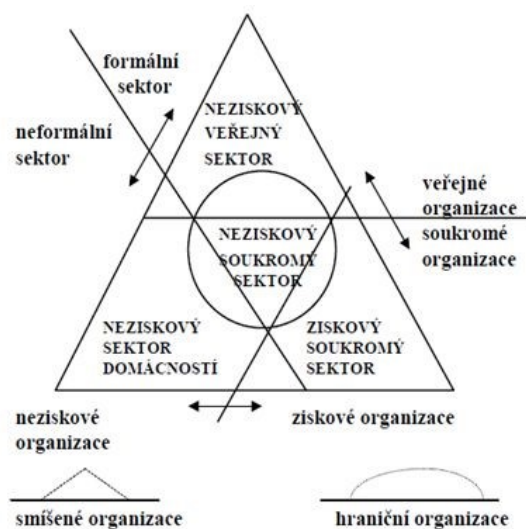
Činnost neziskové organizace dokáže ovlivnit veřejné mínění, zejména upozorní společnost tehdy, není-li něco v pořádku a je potřeba to změnit.

2.3.1 Vymezení pojmu nezisková organizace

Jak již bylo zmíněno, neziskové organizace (dále jen NO) jsou součástí národního hospodářství, tedy jeho třetího sektoru. Jejich zařazení je založeno na tzv. Pestoffově trojúhelníkovém modelu národního hospodářství na obrázku 2.2, jehož základem je rozdělení NH do jednotlivých oblastí podle tří základních parametrů. Prvně je potřeba si uvědomit, zda se jedná o formální nebo neformální sektor, kdy objekt je právnickou osobou či nikoli. Druhým parametrem je zakladatel organizace. Může jít o soukromou osobu nebo veřejnou organizaci, ale z hlediska právních norem je určení někdy problematické. Posledním třetím parametrem je účel činnosti organizace. Zda je účelem vytvoření zisku či nikoli.

Dalšími pojmy spojenými s existencí neziskových organizací je označení „státní a nestátní“. Označení vyjadřuje jasnou odluku od státu nebo vlády (včetně regionálních úrovní) coby zřizovatele nebo iniciátora vzniku organizace. V zahraničí je možné se spíše setkat s označením „nevládní“ organizace.

Obrázek 2.2 Pesttoffův trojúhelníkový model národního hospodářství



Zdroj: *Rektořík (2010), str. 14, vlastní úprava*

Z kontextu tedy vyplývá, že státní organizace zřizuje stát, jeho organizační složky, územně správní celky nebo jejich organizační složky. Tyto instituce poté zabezpečují zejména výkon státní správy nebo další veřejné služby jako jsou např. zdravotní a sociální služby nebo školství.

Nestátní neziskové organizace jsou oproti těm státním, zřizovány „zdola“ občany. Mají charakter formální i neformální organizace a jejich existence často vychází z principu samořízení společnosti. Z trojúhelníkového modelu lze však vyčíst, že nestátní nezisková organizace je soukromá, formální a nezisková. Samotný vznik a existence NO je upraven občanským zákoníkem č. 89/2013 Sb., který však samotný pojem „nezisková organizace“ neuvádí.

Ani toto označení není pro organizace tohoto typu optimální, protože nevystihuje všechny druhy organizací, které se v praxi objevují. Často splňují organizace jeden z výše uvedených parametrů a mohou být založeny za účelem dosažení zisku. V tomto případě se hovoří o veřejných organizacích založených státem nebo státními institucemi a jsou jimi státní podniky. Zvláštním druhem neziskových organizací jsou také veřejné vysoké školy, které jsou založeny zvláštním právním předpisem, což značí veřejný charakter organizace, ale legislativa upravující vznik a existenci veřejných vysokých škol předpokládá autonomii, jak je tomu zpravidla u soukromých organizací.

Pestoffův model tyto organizace bohužel nezahrnuje, ale připouští jejich existenci v podobě smíšených nebo hraničních organizací. Jedinečná definice pro pojem „neziskové organizace“ neexistuje, ale dle Tetřevové (2008, str.35) se jedná o „organizace, které nebyly založeny či zřízeny za účelem podnikání. Jsou to organizace, o jejichž činnosti je jiný zájem, ať už od státu, společnosti, či určité skupiny lidí. Tyto organizace působí v rámci neziskového sektoru, a to jak veřejného, tak i soukromého.“

V příručce *Handbook on Non-profit Institutions in the System of National Accounts* Organizace spojených národů je uvedeno, že „neziskové organizace jsou právnické či sociální subjekty vytvořené za účelem výroby zboží a služby, jejichž stav nedovoluje, aby byly zdrojem příjmů, zisku nebo jiným finančním výnosem pro jednotky, které je založily, řídí nebo financují“ (online).

Nejbližší k určení neziskových organizací je zákon č. 586/1992 Sb. o daních z příjmů ve znění pozdějších předpisů, který sice přímo neuvádí pojem samotný, ale jeho součástí je taxativní určení, kdo není veřejně prospěšným poplatníkem. Z tohoto negativního pojetí lze pak snadno určit, kdo je veřejně prospěšným poplatníkem a větší část těchto poplatníků je současně neziskovou organizací.

2.3.2 Znaky a klasifikace neziskových organizací

První charakteristické znaky neziskových organizací byly zpracovány ve studiích Salamona a Anheiera (1997), kteří chápou nestátní neziskový sektor jako soubor institucí, které existují vně státních struktur, ale slouží v zásadě veřejným zájmům, na rozdíl od zájmů státních. Vytvořili tak mezinárodně uznávanou charakteristiku neziskových organizací, která sleduje problematiku z nejrůznějších možných úhlů a určili tak pět základních vlastností, podle nichž jsou nestátní neziskové organizace:

- institucionalizované (*organized*) – tedy mají svou institucionální strukturu, jistou organizační skutečnost bez ohledu na to, zda jsou formálně nebo právně registrovány;
- soukromé (*private*) – tedy jsou odděleny od státní správy a ani jí nejsou řízeny. Neznamená to však, že by zde byla vyloučena státní podpora nebo přítomnost státního úředníka ve vedoucí pozici. Rozhodujícím faktem je, že základní struktura organizace je soukromá;

- neziskové (*non-profit*) – tedy ve smyslu přerozdělování zisku, tzn. že se zde nepřipouští žádné přerozdělování zisku z činnosti organizace mezi vlastníky nebo vedení organizace. Organizace mohou svou činností vytvářet zisk, ale jejich povinností je tímto ziskem financovat své poslání;
- samosprávné a nezávislé (*self-governing*) – organizace tedy mají vlastní struktury a postupy, které umožňují kontrolu vlastních činností, tzn. že nejsou ovládány zvenčí, ale dokáží „řídít samy sebe“;
- dobrovolné (*voluntary*) – účast na jejich činnostech je dobrovolná, ať už v podobě neplacené práce pro organizace, formou dobrovolných darů nebo čestné účasti ve správních radách.

Dalším rysem organizace je samozřejmě její veřejná prospěšnost, kdy svou činností přispívá k veřejnému dobru a usiluje o dobro určitých skupin lidí nebo společnosti jako celku. Tento rys však není tak jednoznačný, je potřeba jej oddělit od vzájemné prospěšnosti, která se projevuje spíše sledováním vlastních zájmů nebo případně zájmů osob blízkých. Často však záleží pouze na úhlu pohledu. Typickou neziskovou organizací, která je založená na principu vzájemné prospěšnosti jsou spolky. Už důvod jejich založení sleduje konkrétní zájem konkrétních osob.

Z tohoto důvodu lze také neziskové organizace dělit z mnoha hledisek. Dle Tetřevové je možné mluvit v globálním měřítku o neziskových organizacích veřejně prospěšných, sledujících zájem široké veřejnosti, jak již bylo zmíněno. Nebo neziskových organizacích vzájemně prospěšných, které sledují zájem svých členů nebo uzavřenému okruhu osob, kteří jsou současně členy (Tetřevová, 2008).

Rada vlády pro nestátní neziskové organizace zase vytvořila vlastní dělení na základě platné právní úpravy, dle jednotlivých typů organizací, kterými se zabývá. Dle tohoto dělení jsou rozlišovány tyto organizace na spolky a pobočné spolky, nadace a nadační fondy, účelová zařízení církví, obecně prospěšné společnosti, ústavy a školské právnické osoby. Toto členění také Rada vlády pro nestátní neziskové organizace rozšířila o několik typů NNO podle jejich funkce, které jsou také uvedeny na obrázku 2.3. Mezi základní typy nestátních neziskových organizací patří:

- servisní nestátní neziskové organizace, které poskytují přímé služby svým klientům a řeší tak veřejný problém. Typicky zde patří organizace poskytující zdravotnické a sociální služby;
- advokační nestátní neziskové organizace, jejichž činnost spočívá v prosazování změn v zájmu určitých skupin nebo naopak, změnám brání vůči veřejným nebo soukromým institucím. Mají významnou roli v prosazování principu rovnosti a nediskriminace;
- zájmové nestátní neziskové organizace, které jsou nejpočetnější skupinou v tomto sektoru. Svou činností se snaží zabezpečit zájmové aktivity pro své členy nebo širokou veřejnost, kdy se jejich aktivity blíží k zajišťování služeb určitým vybraným skupinám. Mezi tyto organizace spadají zejména organizace působící v oblasti sportu nebo kultury. Patří zde i tradiční venkovské zájmové spolky;
- a filantropické nestátní neziskové organizace, které hmotně i nehmotně podporují veřejně prospěšné aktivity.

Obrázek 2.3 Rozdělení nestátní neziskových organizací v ČR podle jejich funkcí

Funkce	Hlavní činnost	Vnitřní struktura
Servisní	Sociální, zdravotní péče	Převážně nečlenské
	Vzdělávání a výzkum	
	Humanitární pomoc a charita	
	Kultura	
	Rozvojová spolupráce a humanitární pomoc	
Advokační	Ochrana životního prostředí	Členské i nečlenské
	Ochrana lidských práv	
	Prosazování rovnosti a nediskriminace	
	Ochrana práv menšin	
	Ochrana zvířat	
	Ochrana práv spotřebitelů	
	Boj proti korupci, apod.	
	Kulturní aktivity	
Zájmové	Sport	Členské
	Volný čas	
	Včelaři, myslivci, záhradkáři	
	Komunitní spolky	
	Další	
Filantropické	Poskytující granty a dary	Převážně nečlenské

Zdroj: Sekretariát Rada vlády pro nestátní neziskové organizace, 2015, vlastní úprava

S další významnou klasifikací přichází *Rektořík (2001)* podle různých typologických znaků na jejichž základě je možné neziskové organizace rozlišovat jako:

- neziskové soukromoprávní organizace vzájemně prospěšné, s globálním posláním vzájemně prospěšné činnosti;
- neziskové soukromoprávní organizace veřejně prospěšné, s globálním posláním veřejně prospěšné činnosti;
- neziskové veřejnoprávní organizace typu organizačních složek a příspěvkových organizací státu a územně správních celků, s globálním posláním veřejné správy a veřejně prospěšné činnosti;
- neziskové ostatní veřejnoprávní organizace, s globálním posláním veřejně prospěšné činnosti;
- neziskové soukromoprávní organizace typu obchodních společností a jim podobných, s možností globálního poslání veřejně i vzájemně prospěšné činnosti.

2.3.3 Funkce neziskových organizací

Každá organizace má svůj cíl, který chce dosáhnout. Pracuje na určitých principech a plní různé funkce. Stejně tak je tomu také u neziskových organizací, které plní základní funkce, mezi něž se řadí:

- funkce ekonomická, protože svou činností se organizace zapojuje do národního hospodářství, a to v roli zaměstnavatele nebo jako producenta nebo spotřebitele statků;
- funkce sociální, která zahrnuje poskytování specifických statků (někdy je uváděna také jako funkce servisní) a aktivní zapojování do života i společnosti nebo chodu organizace samotné (někdy nazýváno funkcí participační);
- funkce politická, která se může projevit jako ochrana jedince nebo skupiny obyvatel před porušováním základních lidských práv (jinak také funkce ochranná) nebo může být tato funkce přínosem k rozvoji a budování demokracie v podobě pasivního volebního práva (jinak také funkce demokratizační).

Neziskové organizace mají mnohem více podružných funkcí, někdy je uváděna také funkce kontrolní, tedy „tzv. laická kontrola demokratického procesu uplatňování veřejné volby nebo institucí veřejného sektoru“ (*Beličková, Bukovová, 2007, str. 40*).

Nestátní neziskové organizace hrají důležitou roli v národním hospodářství. Zejména přispívají ke snížení výdajů státu, i když na svou funkci potřebují finanční podporu z veřejných rozpočtů. Nicméně zajišťují činnosti, které by v jiném případě musel zajistit stát sám. Velkým přínosem nestátních neziskových organizací je jejich role zaměstnavatele na trhu práce. Jsou jedním z největších poskytovatelů pracovních míst pro občany se sníženou pracovní schopností a mají tak velice nízké uplatnění na trhu práce.

Meziročně také roste počet zaměstnanců nestátních neziskových organizací, ale děje se tak na úkor počtu zaměstnaných pracovníků ve státním neziskovém sektoru. snižuje tak neúměrný počet pracovníků zaměstnaných ve veřejném sektoru, který trpí vysokým počtem pracovníků a nepřehledností aparátu.

2.4 Druhy neziskových organizací v České republice

Jak již bylo uvedeno výše, v České republice dochází k rozlišování neziskových organizací. Základním parametrem je zakladatel vybrané neziskové organizace. Dle tohoto hlediska se poté NO dále dělí a má to vliv také na jejich hospodaření, financování, kontrolu a v neposlední řadě také způsob řízení. Základní dělení neziskových organizací je tedy na státní a nestátní. Státní neziskové organizace jsou ve většině případů založeny za účelem výkonu státní správy nebo poskytování jiných veřejných služeb. Jejich činnost je značně omezena právní úpravou a tvůrčí přístup k managementu organizace je omezen pouze na činnost kterou „zákon výslovně uvádí“. Výčet činnosti je tedy taxativní a odchylky nepřichází v úvahu.

Oproti tomu nestátní neziskové organizace mají v managementu více volnosti. Mohou využít všechny jeho prvky, zejména vnitřní samosprávu a vlastní způsob řízení. Respektive jim právní úprava dává volnost a mohou se chovat jako obchodní společnosti a využít tak možnosti „konat vše, co není zákonem výslovně zakázáno“.

2.4.1 Státní neziskové organizace

Další dělení státních neziskových organizací je taxativní. Jejich výčet není dán jedním právním předpisem, ale jejich vznik, hospodaření a zánik se řídí zejména dvěma právními předpisy, a to zákonem č. 218/2000 Sb. o rozpočtových pravidlech a o změně některých souvisejících zákonů, ve znění pozdějších právních předpisů (dále jen zákon o rozpočtových pravidlech) a zákonem č. 219/2000 Sb. o majetku České republiky a jejím vystupování v právních vztazích, ve znění pozdějších právních předpisů. Samozřejmě uvedené právní normy nejsou jedinými právními prameny, které upravují činnost státních neziskových organizací. Podrobnější rozdělení a klasifikace je uvedena u jednotlivých druhů organizací.

Na základě výše zmíněných právních předpisů se státní neziskové organizace dělí na dva typy, a to příspěvkové organizace a organizační složky státu. Hlavním rozdílem mezi těmito dvěma organizacemi je, že příspěvková organizace má statut právnické osoby, a tedy i svou právní subjektivitu, kdežto organizační složky státu postrádají právní subjektivitu a status právnické osoby.

Zřizovatelem příspěvkové organizace může být stát, územně správní celek (dále jen ÚSC) nebo jeho orgán. V obou případech je vydána zřizovací listina, která obsahuje povinné informace uvedené v zákoně o rozpočtových pravidlech. Hospodaření probíhá na základě předem schváleného rozpočtu zřizovatelem. Část prostředků může organizace získat také vlastní činností, která je prováděna vždy se souhlasem zřizovatele. Typickým příkladem příspěvkových organizací byly krajské nemocnice, dnes však dochází k transformaci a příspěvkové organizace se mění na obchodní společnosti ve vlastnictví ÚSC. Nejčastěji se mění v akciové společnosti nebo společnosti s ručením omezeným.

Organizační složky státu (dále jen OSS) mají svá specifika, jedním z nejzásadnějších je fakt, že nejsou právnickou osobou a jsou vymezeny jako účetní jednotky, ale ne všechny OSS jsou účetní jednotkou a účetnictví vedou samostatně. Ve většině případů vznikají OSS přímo ze zákona, ale v některých případech mohou být založeny přímo ministerstvem. Jejich další specifickou vlastností je, že nakládají se státním majetkem a zastupují jej navenek ve věcech, ke kterým byla OSS zřízena.

OSS vznikly z předchozích rozpočtových organizací státu, v jejichž kompetenci bylo zajišťovat úkony státu. Jejich financování je plně závislé na státním rozpočtu, který je jejich zdrojem. Toto financování je také důvodem kontroly hospodaření ze strany státu a schvalování rozpočtu OSS na další rok. V ojedinělých případech rozpočet projednává a schvaluje Poslanecká sněmovna Parlamentu České republiky.

Výčet OSS je určen stávajícími orgány a institucemi státu, jejichž existenci zakládá Ústava ČR nebo jsou přímo spojeny s ústavními organizacemi. Mezi OSS řadíme jednotlivá ministerstva, Ústavní soud ČR, Úřad vlády ČR, Kancelář prezidenta republiky, obecné soudy a státní zastupitelství, Nejvyšší kontrolní úřad, Akademii věd ČR, Kancelář veřejného ochránce práv a další organizace, které byly zřízeny na základě zákona nebo mohou být zřízeny rozhodnutím ministerstva jako jejich zřizovatele.

2.4.2 Nestátní neziskové organizace

Skupina nestátních neziskových organizací je početnější. Jsou to zejména ty organizace, jejichž vznik nebyl iniciován žádným státním orgánem nebo jeho částí a jejich hlavní činností není státní správa nebo samospráva. Jsou založeny na principech vlastní organizovanosti, dobrovolnosti a samosprávnosti. Samy určují svou organizační strukturu, která organizaci spravuje a možnost podílení se na hlavní či vedlejší činnosti je zcela dobrovolné. Dalším důležitým principem je, že zisk či jeho podíl nerozdělují mezi své členy a rozhodující osoby a jejich vznik, existence a zánik je postaven na základě soukromoprávních norem a nezávislosti na státu.

Aktuální vymezení nestátních neziskových organizací pro období 2015–2020 zpracovala Rada vlády pro nestátní neziskové organizace na základě mezinárodního vymezení. Dle platných soukromoprávních norem v českém právním systému se jedná o tyto nestátní neziskové organizace:

- spolky a pobočné spolky, jejichž existence se řídí zákonem č. 89/2012 Sb. Občanský zákoník (dále jen nový občanský zákoník), dříve se spolky označovaly jako občanská sdružení a jejich organizační jednotky, které si řídily zákonem č. 83/1990 Sb., o sdružování občanů;

- nadace a nadační fondy, jejichž vznik a zánik se také řídí novým občanským zákoníkem (dříve byla jejich existence podmíněna zákonem č. 227/1997 Sb. O nadacích a nadačních fondech);
- obecně prospěšné společnosti (dále jen OPS), které stále existují a řídí se zákonem č. 248/1995 Sb., o obecně prospěšných společnostech, zákon byl však novým občanským zákoníkem zrušen a již není možné tyto OPS zřizovat;
- ústavy, v něž se mají OPS možnost transformovat dle nového občanského zákoníku;
- školské právnické osoby, které jsou zřizovány dle zákona č. 561/2004 Sb., o předškolním, základním, středním, vyšším odborném a jiném vzdělávání (dále jen školský zákon), registrovány u Ministerstva školství, tělovýchovy a mládeže a mohou zahrnovat i větší část církevních škol;
- účelová zařízení církví, která jsou zřizována jednotlivými církvemi nebo náboženskými společnostmi dle zákona č. 3/2002 Sb., o svobodě náboženského vyznání a postavení církví a náboženských společností (dříve se jednalo o církevní právnické osoby).

Všechny tyto neziskové organizace mají výhodu samořízení a mohou tak svou činnost a existenci přizpůsobit aktuálním ekonomickým a právním podmínkám. Specifické postavení mají účelová zařízení církví, která mají největší podíl na trhu práce jako nestátní nezisková organizace, která je i zaměstnavatelem a zahrnují spoustu činností. Největší zastoupení mají v sociální, zdravotnické a vzdělávací oblasti. Součástí této práce je analýza vzniku a fungování vybraného účelového zařízení Českobratrské církve evangelické.

3. Analýza aktivit vybrané nestátní neziskové organizace v rámci public relations

Církev a náboženské společnosti jsou dnes nedílnou součástí světa. Počátky jejich působení sahají do minulosti, kde se vyvíjely a vznikaly nové víry a nová náboženská společenství. Dnes jsou symbolem pomoci a péče. Jsou to dobrovolná společenství osob, která mají vlastní strukturu, předpisy, projevy víry a také obřady. Mezi jejich hlavní aktivity patří vyznávání víry, sdružování se za účelem konání bohoslužeb, vyučování nebo duchovních služeb.

Zda se jedná o církev nebo náboženskou společnost závisí pouze na zakladateli. Vždy jde o právnickou osobu s vlastní strukturou, způsobem řízení a vnitřními předpisy. Právní úprava jejich vzniku, existence a popřípadě i zániku je obsažena v zákoně č. 3/2002 Sb., Zákon o svobodě náboženského vyznání a postavení církví a náboženských společností a o změně některých zákonů, ve znění pozdějších předpisů (dále jen zákon o církvích a náboženských společnostech). Díky tomuto právnímu předpisu mohou církve a náboženské společnosti zakládat vlastní právnické osoby, tzv. evidované právnické osoby.

3.1 Evidovaná právnická osoba církve nebo náboženské společnosti

Evidované právnické osoby jsou specifickým druhem nestátní neziskové organizace. Církve a náboženské společnosti tímto zřizují zejména sociální a zdravotnická zařízení, jejichž posláním je péče o osoby, které to potřebují bez ohledu na věk nebo fyzický stav, a také školská zařízení, respektive církevní školy. Jak tyto evidované právnické osoby vznikají, fungují, a pracují s PR, bude analyzováno dále.

3.1.1 Vznik evidované právnické osoby

Evidovaná právnická osoba vzniká z podnětu církve samotné, jak již bylo zmíněno. Tuto pravomoc dává církvi nebo náboženské společnosti zákon o církvích a náboženských společnostech v § 15b, odst. 1, kde je uvedeno, že dle uvedeného zákona může církev nebo náboženská společnost navrhnout na registraci účelové zařízení církve nebo náboženské společnosti pro poskytování charitativních služeb.

Účelové zařízení církve, dle výše uvedeného právního předpisu, se zakládá zakládací listinou registrované církve nebo náboženské společnosti. Tato listina musí být podepsána členem nebo členy statutárního orgánu dané církve a tyto podpisy musí být úředně ověřeny.

V zákoně o církvích a náboženských společnostech jsou uvedeny také všechny náležitosti zakládací listiny, jejíž součástí jsou také stanovy účelového zařízení. Výslovně jde zde tedy uvedeno, že „zakládací listina účelového zařízení musí obsahovat

- *název, sídlo a identifikační číslo osoby (dále jen identifikační číslo) zakladatele,*
- *název a sídlo účelového zařízení na území České republiky,*
- *dobu, na kterou se účelové zařízení zakládá, pokud není založeno na dobu neurčitou,*
- *označení jeho statutárního orgánu na území České republiky,*
- *identifikační údaje členů statutárního orgánu,*
- *jeho stanovy,*
- *způsob zveřejňování výroční zprávy o činnosti a hospodaření účelového zařízení za kalendářní rok,*
- *způsob schvalování změn zakládací listiny“ (§ 16a, odst. 3 zákona o církvích a náboženských společnost v aktuálním znění).*

Jak bylo již zmíněno, i stanovy mají své povinné náležitosti, které nesmějí chybět, jinak by ministerstvo kultury vyzvalo statutární orgán církve k jejich doplnění. Mezi prvotní informace uvedené ve stanovách, patří název a sídlo účelového zařízení církve spolu s označením statutárního orgánu. Na tyto informace navazuje způsob ustavování a odvolávání členů statutárního orgánu a délka jejich funkčního období, které však nemusí být omezeno. Povinností je uvést ve statutu také způsob jednání v právních věcech jménem účelového zařízení. Neméně důležitou informací je předmět hlavní činnosti zařízení. Zpravidla jde o činnost, která byla důvodem k jeho založení. Tato činnost nesmí být předmětem jeho podnikatelské nebo doplňkové činnosti. Ty se musí lišit, protože jsou předmětem daně, kdežto zisk z hlavní činnosti, pokud je dosažen. Podmínky podnikatelské a doplňkové činnosti a jejich výčet je většinou také součástí tohoto statutu. Statut může také obsahovat informace o složení kontrolního orgánu a rozsahu jeho činnosti, pokud bude zřízen.

Všechny tyto informace jsou potřebné k tomu, aby mohlo být účelové zařízení církve založeno a zapsáno do Rejstříku evidovaných právnických osob vedeným ministerstvem

kultury. Chybí-li některá z uvedených náležitostí, ministerstvo kultury upozorní zakladatele a požádá o jejich doplnění. Pokud nejsou chybějící náležitosti doloženy do třiceti dnů od doručení písemného oznámení ministerstva, bude řízení zastaveno. Jsou-li ale všechny dokumenty obsahově v pořádku, provede ministerstvo do třiceti dnů, od doručení návrhu zakladatele, zápis do Rejstříku evidovaných právnických osob a k tomuto dni vznikne účelové zařízení. Je možné, že v průběhu řízení o zápis dojde ministerstvo k názoru, že nejde o právnickou osobu evidovanou, a tak návrh na zápis zamítne.

3.1.2 Výroční zpráva evidované právnické osoby

Důležitou součástí statutu účelového zařízení je uvést způsob zveřejňování výroční zprávy o jeho činnosti a hospodaření. Ta je důležitým nástrojem pro sledování činnosti zařízení. Dle rozdělení hlavní, doplňkové a podnikatelské činnosti je počítána daňová povinnost nebo možnost snížení daňového základu, je-li zařízení v daném roce ve ztrátě. Paradoxem ovšem je, že zakladatel, tedy církev nebo náboženská společnost nemá vždy povinnost vyhotovení a zveřejnění výroční zprávy. Podmínky zveřejňování jsou uvedeny v zákoně o církvích a náboženských společnostech a také v zákoně o účetnictví, který stanovuje další podmínky, nejsou-li uvedeny ve zvláštním právním předpisu.

Výroční zpráva slouží nejen organizaci samotné, ale také veřejnosti a orgánům státní správy a samosprávy. Je přehledem činností, které organizace vykonává nebo vykonávala v průběhu předchozího kalendářního roku ve vztahu k účelu založení tohoto zařízení. Obsahuje účetní závěrku a zhodnocení základních údajů v ní obsažených. Ve vztahu k PR může být výroční zpráva zdrojem důležitých informací pro potenciálního dárce. Obsahuje roční přehled o příjmech a výdajích, které mohou vypovídat o způsobu hospodaření, je-li organizace meziprocentně ve ztrátě či ne.

Velice důležitá je část, která je vyhrazena přehledu rozsahu příjmů dělících se dle zdrojů. Může sloužit organizaci samotné jako jedna z proměnných potřebných k analýze vývoje úrovně PR v souvislosti s nárůstem nebo poklesem finančních zdrojů od dárců. Tato hodnota by měla růst či klesat v přímé úměře k rostoucí nebo klesající úrovni propracovanosti PR. Ale nemusí být využita jen příjmová část výroční zprávy. Z opačného hlediska výdajová část je také rozdělena dle jednotlivých činností. Organizace má tak dokonalý přehled o výdajích potřebných k plnění svého poslání, k financování svého provozu a ostatních činnostech, které jsou pro organizaci obvyklé.

V neposlední řadě je ve výroční zprávě také uveden přehled pohybů majetku zařízení, vývoj a konečný stav fondů, které zařízení zřídilo. Jednou z posledních důležitých informací výroční zprávy jsou i změny zakládací listiny, které nastaly v uplynulém kalendářním roce a změny ve složení statutárního orgánu. Výroční zpráva může dále obsahovat údaje uvedené ve statutu dle uvážení zařízení.

3.1.3 Zánik účelového zařízení církve nebo náboženské společnosti

Jak již bylo zmíněno, může být existence evidované právnické osoby dočasná. Tato informace je uvedena ve statutu, který je přikládán k zakládací listině jako povinná příloha. Doba určitá však není jediným okamžikem, kdy může evidovaná právnická osoba zaniknout, několik dalších podmínek je uvedeno v zákoně o církvích a náboženských společnostech. Její výmaz provádí ministerstvo kultury stejně, jako provedlo její zápis. Faktickým dnem zániku je poté den výmazu z Rejstříku evidovaných právnických osob, tento den se může lišit dle situace, která nastala a byla zavedena jako důvod výmazu.

Evidence právnické osoby je tedy zrušena z těchto, taxativně uvedených důvodů:

- ministerstvu byl doručen návrh na výmaz orgánu církve nebo náboženské společnosti, který navrhl její registraci;
- ministerstvem bylo zjištěno, že evidovaná právnická osoba vyvíjí činnost v rozporu s právním předpisem a nebyla ve stanovené lhůtě sjednána náprava příslušným orgánem církve nebo náboženské společnosti;
- došlo ke zrušení registrace církve samotné, ministerstvo provede výmaz této evidované právnické osoby automaticky;
- evidovaná právnická osoba a její majetek propadl konkurzu, výmaz bude proveden po nabytí právní moci rozvrhového usnesení, po zrušení konkurzu z důvodu minimální majetkové podstaty nebo po zamítnutí insolvenčního návrhu z důvodu, že majetek EPO nebude dostačující pro úhradu nákladů insolvenčního řízení;
- ministerstvo zruší evidenci, protože nedošlo k ustavení členů statutárního orgánu a všem dosavadním členům skončilo funkční období před více než jedním rokem;
- uplynula lhůta, pro kterou byla tato právnická osoba zřízena;

- účelovému zařízení byl zrušen statut právnické osoby, výmaz se poté provede k datu nabytí právní moci rozhodnutí o zrušení právnické osoby;
- účelové zařízení neposkytuje obecně prospěšné služby, které jsou uvedeny v zakládací listině po dobu delší než jeden rok, výmaz se provede ke dni nabytí právní moci o zrušení evidence.

Výmaz z evidence Rejstříku evidovaných právnických osob je považován za faktický zánik organizace. Dle rozsahu majetku a závazků však samotnému výmazu předchází řízení o likvidaci. Právnická osoba může být zrušena bez likvidace, pokud její majetek a závazky přechází na církev nebo náboženskou společnost, která podala návrh na registraci, nemusí to být však jen církev samotná, majetek může také přejít na jinou evidovanou právnickou osobu této církve.

Při likvidaci je zjišťován faktický stav majetku a závazků evidované právnické osoby a může být zjištěno, že její majetek není dostačující, aby pokryl závazky, které účelové zařízení má. V tomto případě pak ručí za závazky svého účelového zařízení, respektive zanikající evidované právnické osoby, církev nebo náboženská společnost, jejíž orgán podal návrh na registraci. Likvidační zůstatek evidované právnické osoby potom přechází na církev nebo náboženskou společnost.

Datum zániku evidované právnické osoby se může lišit, dle způsobu zániku. Zaniká-li účelové zařízení s likvidací, je datum zániku totožné s datem ukončení likvidace. Likvidátor, tedy osoba, která likvidaci provádí, je poté povinna skutečnost o ukončení likvidace oznámit ministerstvu kultury do pěti pracovních dnů.

Dochází-li ke zrušení účelového zařízení bez likvidace a na jeho majetek nebyl podán insolvenční návrh, je datum zrušení zcela totožné s datem výmazu z Rejstříku evidovaných právnických osob.

Ovšem dle nového občanského zákoníku je možné vést proti právnické osobě trestní stíhání, ne pouze proti osobě fyzické. Není-li tedy evidovaná právnická osoba již zcela bezúhonná a je trestně stíhána nebo vykonává trest, který byl uložen dle zvláštního právního předpisu, je tato skutečnost přílohou návrhu na zrušení evidované právnické osoby, který podá církev nebo náboženská společnost, která jej prvně navrhla k registraci. Písemnou kopii pak zkoumá

ministerstvo kultury před výmazem samotným, aby tak nedošlo k zabránění trestnímu stíhání nebo výkonu trestu, který byl uložen.

Pokud nejsou ministerstvem shledány žádné další překážky pro výmaz, ministerstvo tak učiní a evidovaná právnická osoba je tímto okamžikem zrušena. Samotné řízení o zrušení evidované právnické osoby se řídí obecnými právními předpisy pro správní řízení. Jsou-li od správního řízení v tomto případě nějaké odchylky, jsou specifikovány ve zvláštním právním předpisu, a to zákoně o církvích a náboženských společnostech.

3.2 Diakonie Českobratrské církve evangelické, středisko Diakonie Českobratrské církve evangelické ve Valašském Meziříčí

Pro analýzu aktivit v oblasti public relations byla vybráno středisko Diakonie Českobratrské církve evangelické (dále jen Diakonie ČCE) ve Valašském Meziříčí. Je jednou z evidovaných právnických osob Českobratrské církve evangelické, je samostatně řízená a své aktivity přizpůsobuje otevřeným projektům v okolí Valašského Meziříčí a své PR aktivity se snaží přizpůsobit i zdejší mentalitě lidí a veřejnému mínění obyvatelstva.

Jak již bylo zmíněno, samotná Diakonie ČCE ve Valašském Meziříčí je jedním ze středisek Diakonie ČCE, její rozsah je celorepublikový a nevztahuje se pouze na střediska, ale svou činnost rozděluje do dalších druhů zařízení, proto bude prvně představena Diakonie ČCE jako celek, poté bude specifikována činnost vybraného střediska ve Valašském Meziříčí.

3.2.1 Diakonie Českobratrské církve evangelické

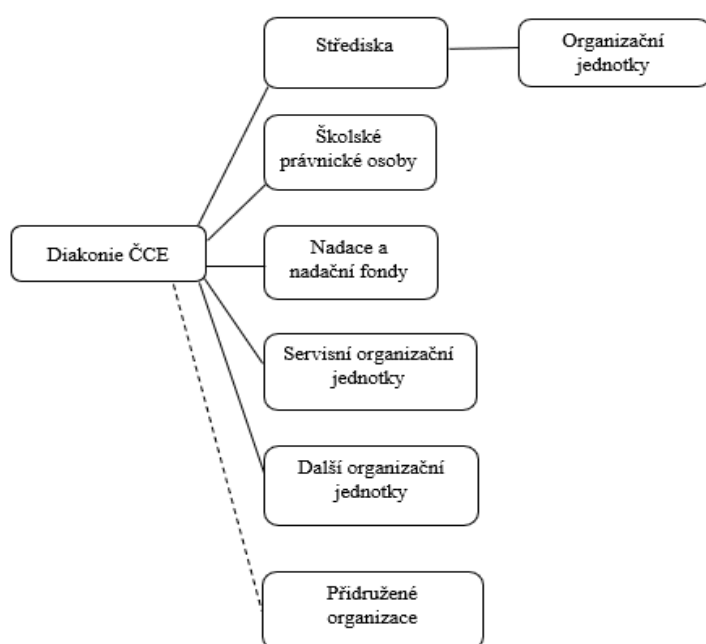
Již samotný výraz „diakonie“ může napovědět, jakým typem neziskové organizace je Diakonie ČCE. Slovo „diakonie“ má své hluboké kořeny v Novém zákoně a pochází z řečtiny, kdy „diakonia“ znamená v překladu služba, respektive křesťanská služba zaměřena na péči o potřebné, nemocné a slabé jako výraz lásky k bližnímu svému. Ostatně podobně je uvedeno i v Preambuli Řádu diakonické práce.

Diakonie ČCE je zvláštním zařízením povšechného sboru Českobratrské církve evangelické, které bylo zřízeno dle Církevního zřízení § 5, odst. 1 písm. a) Českobratrské církve evangelické a řídí se také ustanoveními Řádu diakonické práce, která je jedním ze základních dokumentů této evidované právnické osoby. Má svou právnickou subjektivitu odvozenou od

právní subjektivitu samotné Českobratrské církve, může nabývat práv a povinností, zavazovat se v právních vztazích a jedná vždy svým jménem.

K naplňování svého poslání může Diakonie ČCE zřizovat další právnické osoby jako jejich zřizovatel podle příslušných právních předpisů. Mezi tyto organizační jednotky se řadí střediska, školské právnické osoby, nadace a nadační fondy, servisní a organizační jednotky, další zřizované organizační jednotky, jednotky zřizované středisky a součástí mohou být také přidružené organizace, jak je možné vidět na schématu obrázku 3.1.

Obrázek 3.1 Schéma organizačních jednotek zřizovaných Diakonií ČCE



Zdroj: *Organizační řád Diakonie ČCE, vlastní zpracování*

Tyto organizační jednotky se řídí různými právními předpisy dle druhu hlavní činnosti, pro kterou byly zřízeny. Jde-li o církevní školu a zařízení bude zajišťovat vzdělávání osobám, které to potřebují, bude se řídit zákonem č. 561/2004 Sb., školským zákonem. Mezi další právní předpisy, kterými se řídí při zřizování dalších právnických osob, mohou být také občanský zákoník nebo také zákon č. 90/2012 Sb., o obchodních korporacích.

Diakonie Českobratrské církve evangelické a její organizační jednotky hospodaří samostatně a neručí za závazky církve, ale naopak církev ručí pouze za závazky Diakonie ČCE v případě, že dojde k jejímu zrušení s likvidací. Dojde-li ke zrušení některé z organizačních jednotek s likvidací, bude v tomto případě ručit za závazky zanikajícího zařízení Diakonie ČCE, tedy

centrála. Tyto jednotky jsou specifikovány v Řádu diakonické práce stejně tak jako poslání Diakonie.

Základním posláním, a tedy hlavní činností této neziskové organizace a jejich organizačních jednotek, je zejména organizovat, zajišťovat a poskytovat křesťansky zaměřenou sociální, zdravotní, výchovnou, vzdělávací a poradenskou činnost, podporu, péči nebo pomoc lidem, aby mohli žít kvalitním a důstojným životem navzdory věku, nemoci, postižení, sociální situaci nebo dalším okolnostem. Dalším posláním je také humanitární a rozvojová pomoc nejen na území České republiky, ale také v zahraničí. Poslední stěžejní hlavní činností je zastupování slabých, ohrožených nebo sociálně vyloučených a hájení jejich zájmů stejně jako provádění preventivní činnosti směřující k omezení nebo zabránění sociálního a společenského vyloučení (*Řád diakonické práce, 2017*).

3.2.2 Organizační struktura střediska Diakonie ČCE ve Valašském Meziříčí

Středisko Diakonie ČCE ve Valašském Meziříčí bylo zřízeno jako právnická osoba na návrh dozorčí rady Diakonie ČCE. Jeho posláním je zejména poskytování sociálních služeb, vzdělávání a poskytování zdravotní péče a dalších obecně prospěšných služeb. Mezi správní orgány střediska, které se podílejí na jeho vedení a správě, jsou zejména správní rada, která se skládá z pěti členů v čele s předsedkyní správní rady a ředitelkou střediska ve Valašském Meziříčí paní Mgr. Zdislavou Odstrčilovou. Správní rada řídí činnost střediska a jedná jeho jménem. Každodenní činnost má na starosti ředitelka střediska, která již byla zmíněna výše, může jednat samostatně, pokud se jedná o úkony do výše maximálně 500 000 Kč.

Kontrolním orgánem je dozorčí rada střediska, který také dohlíží na činnost správní rady a působí také jako poradní orgán. Dozorčí rada má sedm členů, v čele s předsedkyní dozorčí rady a dalšími třemi náhradníky pro členy dozorčí rady. Ti jsou k dispozici, dojde-li k neočekávané nepřítomnosti člena dozorčí rady a její činnost by pak mohla být omezena.

Základní organizační struktura úzce spolupracuje s dalšími odbornými odděleními, mezi které mimo jiné patří také marketingové oddělení. Organizační struktura platná od 1.4.2018 je součástí přílohy 1.

Činnost marketingového oddělení spočívá zejména v budování dobrého jména a povědomí široké veřejnosti o středisku Diakonie ve Valašském Meziříčí. Jednou z nejdůležitějších

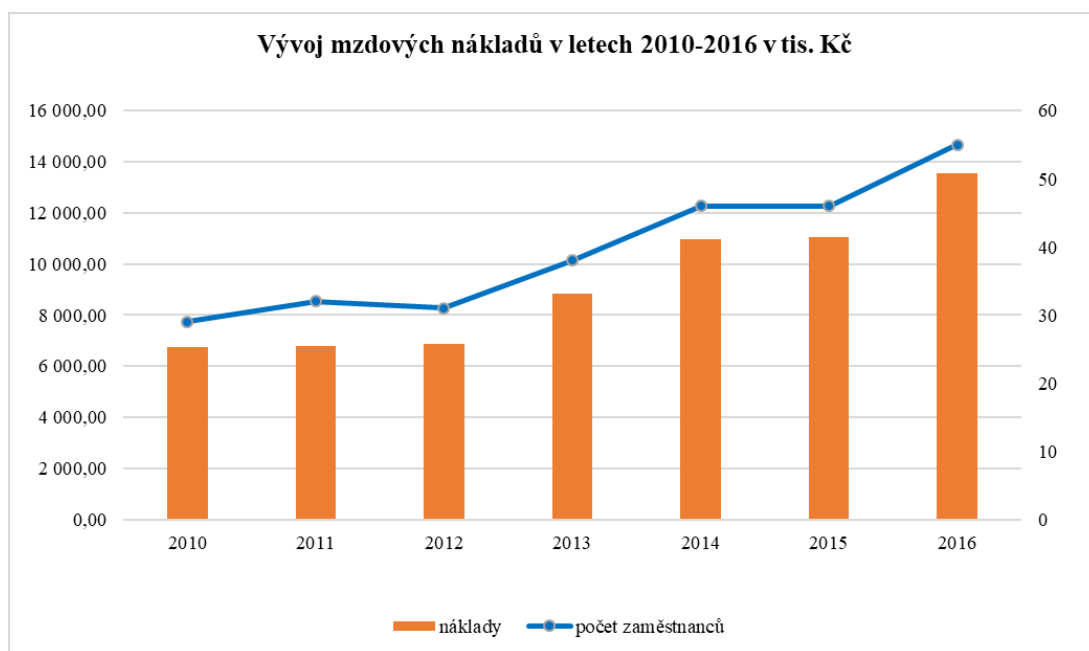
činností je organizace a zastřešování veřejných akcí, které jsou jedním ze zdrojů finančních prostředků na podporu otevřených projektů, kterými jsou:

- služby pro seniory (pečovatelská služba, osobní asistence, denní stacionář Dobromysl, ošetrovatelská služba, poradna pro pečující, půjčovna kompenzačních pomůcek, trénink paměti, testování paměti, pedikúra);
- služby pro lidi nemocné či po hospitalizaci (ošetrovatelská služba, půjčovna kompenzačních pomůcek, pečovatelská služba, poradna pro pečující, pedikúra);
- služby pro lidi s nevyléčitelným onemocněním (domácí hospic Společnou cestou, půjčovna kompenzačních pomůcek, pečovatelská služba, ošetrovatelská služba, poradna pro pečující);
- služby pro lidi se zdravotním postižením (sociální rehabilitace Krok, chráněné bydlení Johannes, půjčovna kompenzačních pomůcek, pečovatelská služba, denní stacionář, osobní asistence, poradna pro pečující, tréninkové pracoviště Matteo);
- služby pro lidi, kteří pečují nejen o své blízké (poradna pro pečující, půjčovna kompenzačních pomůcek).

Z dostupných údajů je zřejmé, že dochází k vývoji a růstu střediska. Meziročně dochází k pravidelnému nárůstu nákladů, jejichž většina je tvořena mzdovými, provozními a ostatními náklady.

Mzdové náklady jsou závislé na aktuálním počtu zaměstnanců na plný a poloviční úvazek. Meziročně je viditelný rostoucí trend v počtu zaměstnanců, a tedy i rostoucí mzdové náklady (viz Graf 3.1). Nicméně stále je počet zaměstnanců nízký vzhledem k počtu a náročnosti poskytovaných služeb a aktivit střediska. Dočasným řešením je využití kapacit dobrovolníků, které jsou ale omezené. Středisko operuje se stálým počtem asi 6 dobrovolníků, kteří s organizací spolupracují již dlouhodobě zejména z citového důvodu. Tento počet je však velice nízký.

Graf 3.1 Vývoj mzdových nákladů v letech 2010-2016

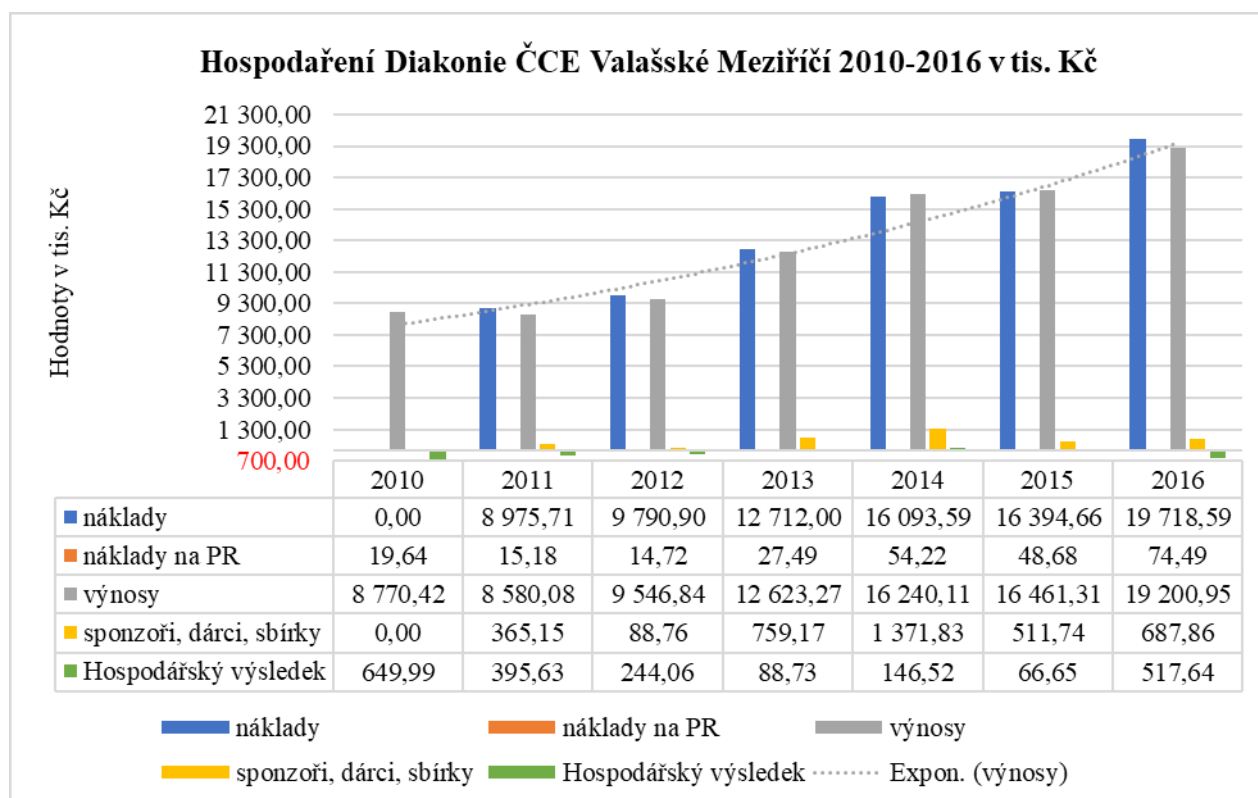


Zdroj: Výroční zprávy střediska Diakonie ve Valašském Meziříčí, vlastní zpracování

Mezi ostatní náklady jsou řazeny také náklady na PR a reklamu, které se ztrojnásobily v porovnání s náklady z roku 2013, což je to dáno zejména tím, že se středisko nyní orientuje i směrem k dárcům a snaží se s nimi spolupracovat po celý rok, nejen žádá-li o finanční nebo hmotnou pomoc.

Spolupráce spočívá zejména v pravidelném kontaktu pracovnice PR oddělení s kontaktními osobami dárců. Z grafu 3.2 je patrné, že růst nákladů na PR je přímo úměrný růstu finančních darů ovšem mimo rok 2014. Zde byl nárůst způsoben zejména dvojnásobnou finanční podporou potřebnou k zahájení nové sociální služby „Sociální rehabilitace pro lidi s mentálním postižením“ a financování nového projektu „Já to zvládnu“. Tento projekt byl určen zejména pro osoby se zdravotním a mentálním postižením z dnes již zrušeného Domova pro osoby se zdravotním postižením v Zašové. Cílem projektu bylo naučit tyto osoby pečovat samy o sebe ve svém domácím prostředí, zajistit si potřebné věci s orgány veřejné správy, navázat a udržet sociální vztahy a zajistit si běžný chod domácnosti, kde jsou odkázáni pouze sami na sebe.

Graf 3.2 Přehled hospodaření střediska Diakonie ve Valašském Meziříčí v letech 2010-2016



Zdroj: Výroční zprávy střediska Diakonie ve Valašském Meziříčí, vlastní zpracování

Počet otevřených projektů na podporu oblastí, ve kterých středisko pracuje, roste. Široká veřejnost neměla o všech aktivitách Diakonie ve Valašském Meziříčí ucelené informace. Středisko je dlouhodobě spojováno zejména s poskytováním zdravotnických a pečovatelských služeb. Tyto služby jsou však jen část činností, které poskytují, a marketingové oddělení dostalo za úkol informovat širokou veřejnost o všech aktivitách, které vyvíjí a o všech způsobech, jak se i veřejnost může podílet a pomoci. Pokud v opačném případě potřebuje pomoc veřejnost, častým případem jsou dotazy na péči a možnosti financování péče, marketingové oddělení ve spolupráci se zdravotnickým personálem pořádá přednášky a školení na téma „Domácí zdravotní péče o Vaše blízké“.

3.3 Analýza public relations aktivit střediska Diakonie ve Valašském Meziříčí

Jak již bylo zmíněno v teoretické části práce, public relations se dělí na dvě základní oblasti, a to interní a externí. Interní oblast PR působí zejména směrem do vnitřní struktury organizace a ovlivňuje způsob, jakým zaměstnanci vnímají svou organizaci. Kdežto externí část PR je

způsob, jakým může organizace ovlivňovat své blízké nebo i širší okolí, a to pozitivně nebo negativně. Technický pokrok v oblasti zrychlení komunikace způsobil, že se tyto dvě oblasti propojily.

Středisko pracuje s několika nástroji PR. Využívá jejich potenciál z interního hlediska, kdy poskytuje informace svým zaměstnancům o otevřených projektech, školí je v rámci dalšího vzdělávání v oblasti, ve které zaměstnanec pracuje a poskytuje jim další kurzy tak, aby vykonávali svou práci s nejlepšími znalostmi a s přístupem, který je Diakonii jako takové vlastní.

Oblast krizového PR je řízena centrálně pomocí Strategického plánu Diakonie ČCE, který je zdrojem pro vypracování dalších dokumentů jako jsou Komunikační a Akční plán PR, které jsou střediskům dostupné opět na centrále Diakonie ČCE. Tyto dokumenty jsou poté zdrojem k vypracování vlastních interních plánů.

Zajímavější a rozvíjející se oblastí jsou externí nástroje PR, které středisko využívá ve vztahu k široké veřejnosti, aby ji mohlo různými způsoby informovat o své činnosti. Využívá těchto nástrojů také směrem ke svým dárcům a pečuje tak o již navázaný vztah. Snaží se také oslovit i nové potenciální dárce a navázat tak s nimi dlouhodobý vztah. Nejde však jen o získávání finanční podpory, nedílnou součástí PR a jejich dosahu je také získávání pracovního kapitálu a dobrovolníků, kteří jsou velkou pomocí na veřejných akcích, kde pomáhají s organizací, poskytují prostory a technické zařízení nebo celou akci uvádějí. Úspěchem posledních let je účast veřejně známých osobností nejen z Valašska na akcích pořádaných střediskem ve Valašském Meziříčí. Středisko využívá několik nástrojů PR zejména v interní a produktové oblasti, kdy se snaží „prodat“ své služby a jméno.

3.3.1 Analýza aktivit střediska ve Valašském Meziříčí v interní oblasti PR

Interní oblasti PR nejsou vždy detailně propracované a často je zde mnoho neřešených problémů. Jméno každé organizace částečně vychází i zevnitř organizace a odráží i tamní firemní kulturu. V interní komunikaci se pracuje zejména s různými druhy setkání, elektronickou komunikací, firemními médii jako jsou časopisy, bulletiny, publikace a s face-to-face setkáními (meetingy, interpersonální komunikace, rozhovory nebo i přání k narozeninám, atd.).

V oblasti interní komunikace lze říci, že středisko pracuje se všemi výše zmíněnými nástroji. Zaměstnanci střediska samotného jsou v úzké spolupráci. Denně dochází k osobní komunikaci, která je zde upřednostňována před tou elektronickou, pokud je to možné. Mezi pravidelné akce lze zařadit porady, kdy jsou probírány jak nadcházející akce, tak i interní problematika. Každý ze zaměstnanců má možnost prezentovat své nápady, připomínky nebo dotazy. I k negativním připomínkám nebo dotazům je použit proaktivní přístup a organizace má snahu vše řešit ke spokojenosti obou stran, jak zaměstnavatele, tak i zaměstnance.

Zaměstnanci jsou oceňováni na různých polích činností, například jako nejlepší pečovatelky, zdravotní sestry nebo ošetřovatelky. Tyto akce jsou pořádány a zastřešovány různými druhy asociací, mezi které patří například Zlínský kraj, Asociace poskytovatelů sociálních služeb nebo Asociace společensky odpovědných firem. Mnohdy za oceněním jednoho z kolegů stojí spolupráce celého střediska. Ocenění je tedy výsledkem všech, nejen jedince a takto je na ocenění ve středisku také pohlíženo.

Práce střediska se však neomezuje pouze na elektronickou komunikaci napříč celou Diakonií, ale i na interní bulletiny nebo časopisy. Samotné středisko ve Valašském Meziříčí každoročně vydává svou Ročenku, která je celoročním přehledem všech aktivních i dokončených projektů, osob, kterým středisko podalo pomocnou ruku, novinek, které plánují v dalších roce a zejména také poděkováním, nejen svým zaměstnancům, ale i širokému okolí. Ročenka je po vydání veřejně dostupná.

Do komunikační struktury neodmyslitelně patří také plakáty, na kterých jsou vytištěna poslání a hodnoty, které Diakonii prezentují. Tato poslání a hodnoty nejsou důležité jen pro zaměstnance, ale také pro návštěvníky a klienty střediska.

Jediné, co středisku chybí, je firemní intranet, zaměstnanci tak dostávají pravidelný firemní newsletter, Celodiakonický zpravodaj, s nejdůležitějšími informacemi. Pomocí tohoto zpravodaje komunikuje PR oddělení centrály Diakonie ČCE novinky a změny svým zaměstnancům v celé organizační struktuře. Pro středisko rostoucí rychlejším tempem a narůstajícím počtem veřejných akcí a projektů by byl intranet krokem kupředu. Ovšem jeho zřízení by muselo začít už u samotného zřizovatele, tedy Diakonie ČCE.

3.3.2 Analýza aktivit střediska ve Valašském Meziříčí v externí oblasti PR

Aktivity směřující k externím cílům jsou silnou stránkou střediska. Tato oblast je jedna z nejrychleji se rozvíjejících za posledních pět let, což bude podrobněji rozebráno dále. Externí oblast v rámci PR nabízí nespočet možností a cílů, kterých se může středisko dotknout, o to propracovanější by tato oblast měla být. Cílovou skupinou může být budoucí dárce, spolupracující firma nebo jiná organizace, veřejnost nebo státní instituce a všechny tyto potenciální cíle jsou velice citlivé na poskytování informací. Každá entita si poskytnuté informace může prověřit a způsoby se mohou lišit. Také stěžejní informace mohou být pro každého odlišné, a proto je potřeba pracovat s daty citlivě.

Výše bylo zmíněno, že část jména organizace vychází také zevnitř, tedy je důležité, jak je vnímána zaměstnanci, zbylá část dobrého jména organizace se odráží na vnímání veřejností. Nástrojů pro práci s PR je více, samo středisko s nimi maximálně pracuje. Z marketingového hlediska se zde mluví zejména o oblast produktového PR, protože se organizace snaží poskytovat své služby nebo nabízet produkty svých klientů. Tyto služby jsou financovány zejména z rozpočtu kraje, dotací nebo státního rozpočtu. Financování je tedy vícezdrojové. Ovšem jedná-li se o nový projekt ve Valašském Meziříčí nebo blízkém okolí, nepokryjí tyto zdroje celkové náklady a je potřeba mít i jiné zdroje. V tomto okamžiku vstupuje do projektu marketingové oddělení, které osloví firmy sídlící v okolí, veřejnost nebo další organizace a žádá o finanční příspěvek, který je zcela dobrovolný. Aby bylo produktové PR co nejúspěšnější a výsledky co možná nejlepší, je potřeba vysoké úrovně provázanosti PR a činnosti střediska.

Jedním z nejužívanějších nástrojů střediska jsou v tuto chvíli media relations. Dnes mají média obrovskou moc nejen v globálním měřítku, ale i v tom teritoriálním, omezeném například na okres nebo kraj. Cílem media relations je ovlivnit to, co média napíší nebo nenapíší a přizpůsobit se tak jejich logice. Mezi nástroje media relations se řadí tiskové zprávy, tiskové konference, eventy pro média, novinářské exkurze, brífinky, společenské události pro novináře nebo různé rozhovory.

V tomto ohledu se středisko snaží kombinovat vše výše uvedené, ale pojímá to svým způsobem. Musí brát ohled na to, že se nejedná o velkou výrobní firmu nebo organizaci čítající stovky zaměstnanců. Zde musí být Diakonie ve Valašském Meziříčí velice opatrná a

s médii tak i jednat. V okolí operuje několik místních periodik, které jsou s pracovníky, zejména tedy vedením střediska v kontaktu. Je nutno vzít v potaz i velikost regionu, kde středisko sídlí a také to, že se lidé mezi sebou znají. Vesměs jsou média nedílnou součástí všech veřejných akcí střediska, které dokonce navštěvují i mimo své pracovní povinnosti. Zde jsou vztahy poměrně kladné a poskytování informací směrem k médiím není omezeno. Spolupráce s médii je založena na budování dlouhodobého vztahu, o který je poměrně dobře pečováno.

Své prvenství si v oblasti PR drží digitální PR a sociální sítě. Tyto možnosti propagovat činnost zdarma jsou velkou výhodou pro středisko. Pomocí různých sociálních sítí, jako je například Facebook, se středisko dostalo do povědomí i nejmladší generaci, která sociálními sítěmi žije. Facebook dal středisku možnost vybudovat si svou tvář „moderní“ neziskové organizace, ale tento krok vyžaduje také péči. Je nezbytné dobře promyslet co a kdy bude středisko na svých stránkách sdílet, jak bude profil vypadat a kdo jej bude administrovat. Důležitým prvkem je, aby sociální profil korespondoval s profilem, jaký uvádějí webové stránky. Lidé si mnohdy všimají i malých nesrovnalostí a profil pak může působit nepropracovaným dojmem. Velkou výhodou vlastního profilu je sdílení, nejen informací, ale hlavně událostí. Většina veřejnosti má aplikace sociálních sítí staženy v mobilech, pokud pak o událost projeví zájem, upozornění s datem a časem události telefon připomene. Středisko prezentuje na svém profilu nejen svou organizaci, ale i projekty a události, které budou v nadcházejících dnech nebo týdnech. Uživatele na první pohled upoutá úvodní foto a stručný popis události.

V minulosti nebyly sociálně sítě natolik využívány, ale v tomto ohledu je zde velký potenciál. Středisko pracuje hlavně s designem událostí na sociálních sítích, protože je prvně zachycen obrazový vjem a pokud dokáže zaujmout širší veřejnost, sledovanost události bude vyšší. Lépe se tak organizace dostane do povědomí a dnes je důležité oslovit i mladou generaci. Velice pozitivní zpětná vazba je také na „sdílení“ příběhů obyčejných lidí, kterým středisko pomohlo. Ovšem stále je nutno na profilech na sociálních sítích pracovat.

Jak již bylo několikrát zmíněno, dalším nástrojem PR je pořádání veřejných událostí, v tomto případě se jedná o dobročinné akce. Cílem těchto událostí je přilákání pozornosti vybrané cílové skupiny lidí a posílit tak afinitu této skupiny lidí k organizaci samotné (*Vysekalová,*

2011). Sekundárním cílem je poté finanční podpora, kterou tito lidé nebo cílová skupina mohou poskytnout. Jednou z takovýchto akcí střediska je Benefiční módní přehlídka, která má za cíl zviditelnit středisko Diakonie ve Valašském Meziříčí, rozšířit povědomí o Secondhelpu, což je secondhand se značkovým i neznačkovým oblečením, který provozuje 1. Valašská Diakonická, jejíž jediným majitelem je právě středisko. Tento sociální podnik byl založen v roce 2013 spolu s dalším sociálním podnikem Palomino. Tržby z prodeje tohoto oblečení ze secondhandu jsou poté použity jako investice do rozvoje obou sociálních podniků. Samotný výtěžek z Benefiční módní přehlídky je vždy věnován na konkrétní účel, který pozvánka již předesílá. Tento nástroj je kombinován s celebrity PR, protože se středisko snaží oslovit veřejně známé osobnosti. V minulých letech se tak na přehlídce podílely například modelky Eliška Bučková a Veronika Maléřová nebo moderátor Martin Čermák, který celou událost sponzorsky uváděl. Ovšem Benefiční módní přehlídka není jedinou událostí. Pravidelně jsou organizovány i dobrovolnické akce na jarní úklid, jarmarky, kde jsou prodávány darované výrobky dobrovolníků a klientů, vánoční koncerty nebo divadelní představení. V tomto roce je velkou veřejnou událostí oslava 25. výročí založení střediska Diakonie ve Valašském Meziříčí, ke které je zpracován podrobný projekt s poměrně přesným časovým rámcem. Každý zaměstnanec nebo dobrovolník mají jasně dány povinnosti a instrukce s jasným termínem a podrobně vymezenými náklady. Projektová dokumentace oslav 25. výročí střediska Diakonie ve Valašském Meziříčí je přílohou této práce.

Skrz tyto akce pracuje Diakonie ve Valašském Meziříčí velice dobře s veřejností, která ji pojímá jako organizaci snažící se získat finanční pomoc, ale poskytuje také veřejnosti na oplátku různé služby, společenské akce nebo odpočinkové události.

Oblast krizové komunikace je zpracována centrálou Diakonie ČCE v podobě Krizového plánu, který je plošně platný pro celou organizační strukturu. Ta jej potom přepracovává do vlastního Interního krizového plánu, který odpovídá velikosti a rozsahu činnosti každého střediska, školy nebo jiného zařízení v organizační struktuře.

V rámci nástrojů PR, které středisko používá, byla zmíněna většina, jejich podíl na celkovém PR je rozdílný. Korporátní PR nebo B2B PR je v tomto případě bezpředmětné, tyto oblasti jsou pro velké firmy. Pouze jednotná grafika pro všechna střediska jsou dána korporátním PR a musí být dodržena. Kompletní grafika střediska tak musí být schválena centrálou.

Business-to-business PR středisko nevyužívá, z toho důvodu, že u tohoto druhu PR se daná organizace soustředí zejména na jednu skupinu, a to jsou další podniky. Pro správné fungování PR na poli B2B je potřeba sledovat aktuální situaci a měnící se vztahy na trhu a předvídat tak další vývoj. Tuto činnost však středisko cíleně nevyvíjí. Mezifiremní komunikace střediska probíhá pouze v rámci spolupráce na projektu nebo události. Aktivně zde neprobíhají žádné odborné konference, komunikace směrem k odborným médiím nebo odběratelům.

Důležitou část PR, kterou středisko postrádá, jsou vlastní analýzy veřejného mínění. Středisko nemá plně zpracované vlastní PR strategie, ale řídí se dle Strategického plánu Diakonie ČCE, který je zdrojem pro vypracování dalších dokumentů jako jsou Komunikační a Akční plán PR. Tento dokument obsahuje aktuální směrnice a doporučení na poli PR, která jsou sice obecná, ale pro střediska mohou sloužit jako zdroj k vypracování vlastního akčního plánu dle poskytovaných služeb, plánovaných akcí a otevřených projektů. Strategický plán se vypracovává vždy na dobu tří let. Aktuální stav je takový, že PR pracovníci mají vlastní ucelený pohled a záleží tak na jejich osobním pojetí, jakým způsobem budou s nástroji operovat. Svou činnost však přizpůsobují Akčnímu plánu PR Diakonie ČCE, ale vlastní již nevypracovávají.

Monitoring a analýzy PR jsou hlavním nástrojem měření efektivity PR. Zcela zde chybí situační analýza, která by poskytla středisku ucelený pohled na aktuální stav. Zaměřuje se jak na makrookolí, tak i na mikrookolí. S informacemi, které z analýzy mohou vyplynout, by mohla organizace lépe pracovat a zaměřit se na místa, která nejsou efektivně zpracována nebo by přikročila k použití nových nebo jiných nástrojů. Nejjednodušším prostředkem pro získání externího pohledu na současný stav PR ve středisku je průzkum veřejného mínění. Je to jednoduchý nástroj, jak zjistit, zda jsou výsledky PR efektivní nebo ne. Středisko by také mohlo získat ucelený pohled veřejnosti na svou dosavadní činnost a získat názor, jak si stojí v oblasti sociální a zdravotní péče. Nedílnou součástí také může být porovnání nákladů vynaložených na péči o vztahy s veřejností, a zda jsou plně využívány nebo jsou zde cesty, jak finance uspořít. Ačkoli je oblast PR ve středisku poměrně dobře zpracovaná, stále jsou zde slabá místa, která lze snadno eliminovat.

Středisko ve Valašském Meziříčí však pracuje s určitým typem monitoringu, a to v podobě multiplikačního týmu, který tvoří zejména odborní referenti obecních úřadů z Valašského Meziříčí a blízkého okolí, pracovníci zdravotnických a pečovatelských zařízení a pracovníci střediska. Každoročně se tento multiplikační tým schází a provádí analýzu cílových skupin služeb. Výstupem této analýzy je přehled služeb, které již středisko poskytuje a návrh na vytvoření nové služby nebo projektu, který by zajistil poskytování služby, kterou potenciální klienti postrádají. Tento návrh je pak zdrojem projektového manažera, který vypracuje logický rámec projektu spolu s odhadem finanční náročnosti a možností financování této chybějící služby.

Dalším typem monitoringu, který byl zaveden v prosinci loňského roku, jsou analýzy návštěvnosti webových stránek střediska, počet zobrazení jimi pořádaných událostí na sociálních sítích a analýza věkové skupiny, která si události nebo webové stránky nejčastěji zobrazuje. Tuto analýzu zpracovává jediná zaměstnankyně PR oddělení na základě vlastní iniciativy a měla by sloužit jako další podklad ke zhodnocení aktivit střediska v oblasti public relations. Cílem organizace je dostat se nejen do povědomí mladší generace, ale poskytovat také všechny potřebné informace o péči o nemocné, zdravotně postižené nebo seniory veřejnosti. Zdravotní a ošetrovatelská péče se často pojí s vysokými náklady, které bývají překážkou, kdy klient postrádá potřebnou finanční základnu. Tuto negativitu by měla eliminovat právě plná dostupnost informací a poradna, jejíž pracovníci pomocí různých seminářů školí a pomáhají zajistit možnosti ošetrovatelské péče. Bohužel věkový průměr účastníků těchto seminářů a školení je stále vysoký a pohybuje kolem 45 let.

4. Zhodnocení přínosů public relations vybrané neziskové organizace a návrhy na další rozvoj aktivit

Všechny PR aktivity v organizaci jsou hodnoceny nezávisle a objektivně. Je zde viditelný posun hlavně v oblasti externího PR, kdy organizace velice dobře pracuje se sociálními sítěmi, vždy je ale prostor ke zlepšení. Tato část se možnostem zlepšení úzce věnuje a její výstup bude podkladem k vypracování nového akčního plánu PR střediska Diakonie ve Valašském Meziříčí.

4.1 Zhodnocení aktivit v oblasti interních public relations

Dříve již bylo uvedeno, že organizace využívá několik nástrojů interního PR. Mezi tyto nástroje interní oblasti PR jsou interní komunikace, pravidelné akce pořádané střediskem pro své zaměstnance, pravidelné interní časopisy nebo plakáty.

Všechny výše vyjmenované nástroje jsou cestou k pozitivnímu vnímání organizace jejími zaměstnanci. Loajalita je velice důležitým prvkem a pomáhá zaměstnancům ztotožnit se se svou prací. Tok vnitřních informací by měl být přesný, rychlý napříč celou organizací a nemělo by docházet k jeho zkreslování.

4.1.1 Interní osobní nebo elektronická komunikace organizace

Interní komunikace střediska je vnímána pozitivně. Ve středisku, i vzhledem k jeho velikosti, je upřednostňována osobní komunikace mezi kolegy a je nutno říci, že kolegiálnost a loajalita ve středisku jsou na vysoké úrovni. Je to dáno i tím, že pracovníci vyznávají podobné hodnoty a dělají to s vědomím, že se jedná o dobrou věc. Pokud by se náplň práce hodnotila z finančního a kariérního hlediska, nebyla by příliš zajímavá a lukrativní.

Ve středisku je však kromě osobní komunikace, používána i elektronická komunikace ve formě emailu. Každý zaměstnanec střediska, kromě dobrovolníků, má svou osobní emailovou schránku, která je využívána zejména pro komunikaci směrem navenek. Jako emailového klienta zvolilo středisko Microsoft Outlook, který nabízí mnoho nástrojů pro monitoring time managementu, sdílení událostí, informovanosti o dostupnosti kolegů nebo pořádání meetingů a konferencí. V rámci interní komunikace by mohlo dojít ke zlepšení komunikace v rámci sdílení vlastních kalendářů. Stává se, že kolegové postrádají informaci, zda je někdo momentálně v terénu, čerpá dovolenou nebo je nepřítomen v práci z jiného důvodu. Dochází

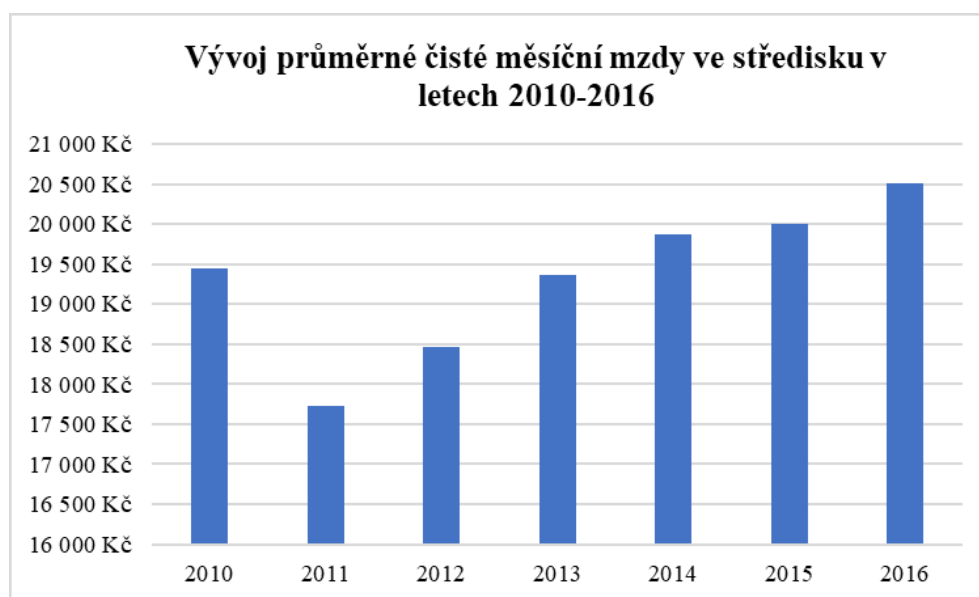
tak mnohdy ke změnám termínu porad, čeká se na požadovanou informaci k projektu déle a k datu uzávěrky se dohledávají ještě důležité informace. Tyto překážky by mohlo odstranit sdílení kalendářů pracovníků organizace. Vznikne tak přehled o přítomnosti nebo nepřítomnosti zaměstnance, vedoucí projektu nebo koordinátor služeb by nemusel zjišťovat, zda budou například poskytnuty prostory k plánované události, podnikatelský subjekt akci finančně podpoří nebo v jakém počtu budou dobrovolníci dostupní. Všechny tyto informace o schůzkách, zápisy z nich a další informace mohou být součástí kalendáře.

4.1.2 Pravidelné akce v podobě porad nebo oceňování zaměstnanců

V práci již bylo zmíněno, že se pracovníci střediska setkávají na pravidelných poradách. Tyto porady ale nejsou společné pro všechny jeho pracovníky, je potřeba je rozdělit dle odbornosti a oblasti činnosti.

Zdravotnický personál, který poskytuje ošetrovatelskou a pečovatelskou péči se schází s vedením organizace na týdenní frekvenci. Zde se řeší chybějící pomůcky, organizační problematika s obsazeností směn u pečovatelské a ošetrovatelské služby a stálým problémem je chybějící personál. Tento problém je dán jak aktuální ekonomickou situací, kdy je trh práce přehlacen nabídkami práce, tak i pracovními podmínkami, které středisko nabízí. Řešení navýšení mezd v neziskové organizace není nejlepším řešením, organizace sice reaguje na rostoucí minimální mzdu, ale není v jejich silách nabídnout odpovídající finanční ohodnocení pro zdravotnický personál, o který si uchazeči nejčastěji říkají. Jejich požadavky se pohybují v rozmezí 25 až 30 tisíc korun českých hrubého, ovšem z grafu 4.1 níže je viditelné, že průměrná čistá mzda ve středisku je mnohem nižší, a to bez rozdílu v délce praxe, dosaženého vzdělání a pozice ve středisku.

Graf 4.1 *Vývoj průměrné čisté mzdy ve středisku v letech 2010-2016*



Zdroj: *Výroční zprávy střediska Diakonie ve Valašském Meziříčí, vlastní zpracování*

Pozitivum pro středisko je, že se jedná o služby, kdy je péče poskytována od 6 hodin ráno do 18 hodin do večera. Nabízí se zde tedy možnost zaměstnávat odborný personál na zkrácený úvazek a pokusit se tak chybějící kapacity v personální oblasti vyplnit.

Mimo zdravotnický personál se také pravidelně schází i kolegové z marketingového oddělení, účetní, manažer správy, a další kolegové, kdy se jedná zejména o provozní a organizační věci. Vzhledem k oslavám 25. výročí založení střediska ve Valašském Meziříčí je tato událost pravidelným tématem porad. K události je zpracován podrobný projekt a jak již bylo zmíněno, každý pracovník v něm má dané povinnosti. Týdně se postupně doplňuje, zda byl úkol splněn nebo ne a s jakým výsledkem. Nejčastěji se jedná o poskytnutí prostor, technického zázemí a zajištění finanční podpory, což je nyní náplň marketingového oddělení a PR pracovníků. Vzhledem k náročnosti projektu bylo nutné dočasně odsunout do pozadí již dříve otevřené projekty, jako je například otevření Pralinkárny, kde bude středisko zaměstnávat zejména zdravotně postižené občany. V tomto ohledu by středisko mělo posílit marketingové oddělení o další posilu do PR týmu, který aktuálně sčítá 3 pracovníky. Výhoda práce v PR oblasti ve středisku je, že je velice různorodá a zajímavá. Hlavně pracovní náplň by mohla uchazeče o pozici zaujmout a také tímto způsobem by to středisko mělo podat. Další pozitivní věcí je, že je zde možnost zaměstnání na zkrácený úvazek, což může být pro někoho zpestření volného

času po konci své pracovní doby, získaná praxe při studiu na vysoké škole nebo i koníček, který přinese uspokojení, pomůže dobré věci a posílí rozpočet jedince.

Ovšem jednou měsíčně se schází celé středisko a dochází zejména k rekapitulaci uplynulého kalendářního měsíce, jsou zmíněny úspěšně uzavřené projekty, představeny nadcházející projekty, aktuality v oblasti poskytovaných služeb nebo jiné změny a události, které nastaly nebo nastat mohou. Velkým plusem pro organizaci je, že se zaměstnanci mohou bezprostředně dotazovat svých nadřízených nebo kolegů, aniž by tomu předcházela strach, jak je tomu mnohdy ve výrobních firmách. Zde je loajalita velice silnou vlastností všech pracovníků.

4.1.3 Interní newslettery a ročenky

Středisko vydává svůj vlastní interní newsletter. Je to vlastně informační email, který obsahuje důležitou zprávu nebo změnu, nadcházející akce apod. Středisko jej vydává z vlastní iniciativy, protože zde zcela chybí intranet pro celou Diakonii a její organizační strukturu. Centrála vydává vlastní Celodiakonický zpravodaj, který je v podobě elektronického časopisu, jsou v něm uvedeny všechny větší nebo významnější změny a úspěchy Diakonie ČCE. Zde by bylo vhodné diakonický intranet vytvořit, vzhledem k velikosti organizace, která aktuálně sčítá 130 organizací, došlo by k rychlejšímu přenosu informací, pracovníci organizací by byli v lepším spojení s centrálou a kontakty na pracovníky centrály by byly ihned k dispozici. Momentální stav je takový, že pokud je potřeba spojit se s kontaktní osobou na centrále, která má zodpovědnost za danou problematiku, je vyhledávání kontaktu obtížnější a dochází tak k časovým ztrátám. Pokud tedy nemá pracovník již kontakty z minulosti, musí zodpovědnou osobu zjišťovat přes diakonické infolinky a složité přepojování.

Interní newsletter střediska je hodnocen velice pozitivně, zaměstnanci v něm najdou plánované akce, nadcházející události, aktuální status otevřených projektů a také poděkování za svou práci. Poděkování je pro pracovníky střediska motivační a získávají tak důvěru v to, co dělají. Získají také pocit, že to dělají správně a pomoc s péčí se dostane přesně ke klientovi, který to potřebuje.

Dalším interním dokumentem v oblasti interního PR je pravidelná Ročenka. Tento dokument je veřejně dostupný na webových stránkách střediska a zaměstnanci jej každoročně dostávají v tištěné podobě. Obsahuje obecné informace o poskytnutých službách s příjemnou grafikou,

aby se nejednalo pouze o rekapitulaci v číslech. Podoba je graficky propracovaná, poskytnuté informace jsou přesné a jasné, pokud by měl kdokoli dotazy k poskytované službě, v Ročence najde jejich vysvětlení. Na konci Ročenky také nechybí poděkování dárcům a dobrovolníkům za odvedenou práci nebo poskytnutý finanční dar. Celá Ročenka je obohacena o fotky z odpovědných pracovníků, takže i veřejnost si „spojí jméno a obličej“.

Celková vizáž je hodnocena velice pozitivně i ze strany dárců, kteří ji jako poděkování získají také v elektronické i tištěné podobě. Jako doporučení by bylo vhodné ponechat pár výtisků Ročenky veřejně přístupné občanům, například návštěvníkům odboru sociální péče městského úřadu ve Valašském Meziříčí nebo v čekárnách zdravotnických zařízení.

4.1.4 Interní plakáty s posláním a hodnotami

V sídle střediska jsou na chodbách plakáty obsahující diakonické hodnoty a poslání, kterými se Diakonie ČCE prezentuje. Tato poslání a hodnoty mají hlavně náboženský charakter, ale obecně jde o pomoc bližnímu svému. Každý z návštěvníků zařízení střediska si z těchto plakátů může vzít cokoli, co je pro něj vhodné. Středisko již omezilo prezentaci těchto hodnot pomocí plakátů na nástěnkách, což je pozitivní krok. Plakáty byly často strhnuty z nástěnky, nepůsobily esteticky a mezi ně byly zařazeny i inzeráty s pracovními nabídkami střediska.

Nyní jsou hodnoty a poslání v podobě jednotné korporátní grafiky vyvěšeny zarámované jako obrazy na chodbách střediska. Pro přicházející veřejnost je podoba příjemná, není agresivní a působí uklidňujícím dojmem. Nástěnky však na chodbách střediska zůstaly, nyní již jen jako místo, sloužící k inzerování pracovních nabídek nebo nabídek od klientů a dobrovolníků. Pracovníci střediska o nástěnky pravidelně pečují, takže nedochází k jejich poškozování nebo neestetickému dojmu. Jako doporučení do budoucna by však bylo vhodnější ponechat nástěnky k inzerování pouze klientům střediska nebo je eliminovat úplně.

4.2 Zhodnocení aktivit střediska v oblasti externích PR

Středisko má v oblasti externích PR velké množství aktivit. Působí zejména v oblastech produktového, digitálního PR a v oblasti media relations. Oblast PR se začala plně rozvíjet až v roce 2012, kdy z důvodu poklesu objemu finančních darů došlo vedení organizace k názoru, že je potřeba s dárci více pracovat a udržet si tak dlouhodobě jejich pozornost a vybudovat pevný vztah a spolupráci. V předchozích letech měly většinový podíl na získaných finančních zdrojích zejména veřejné sbírky a finanční příspěvky oslovených výrobních firem, ale aktivita

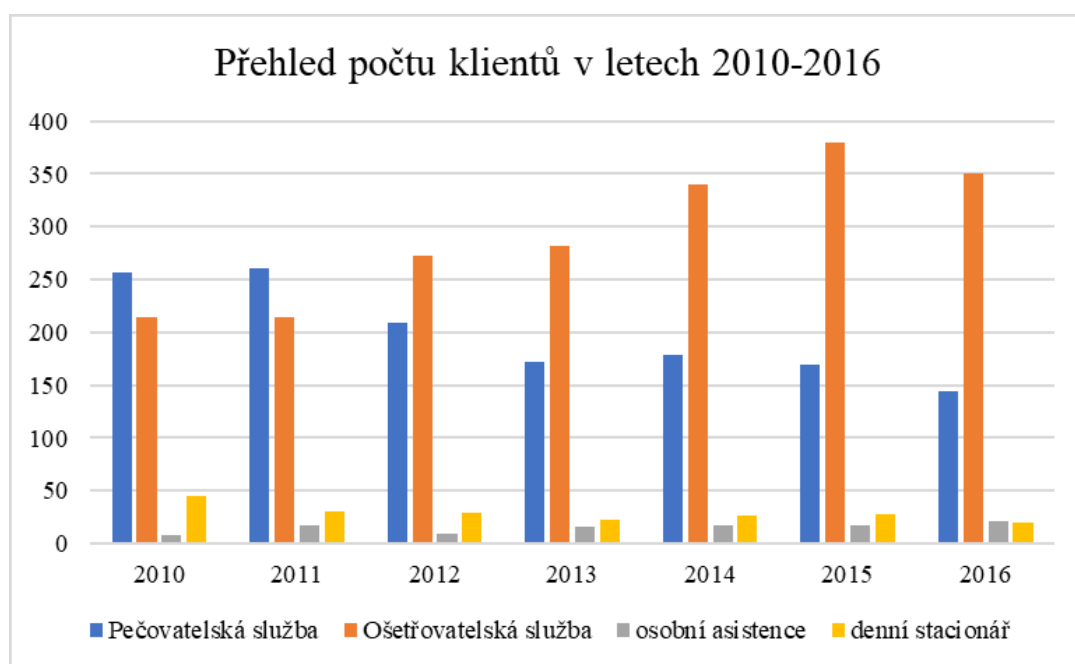
veřejnosti byla téměř nulová. Bylo tedy potřeba zapojit i širokou veřejnost a nenechat vše pouze na velkých výrobních společnostech v regionu.

4.2.1 Zhodnocení aktivit v oblasti produktového PR

Produktové PR by se spojitosti s neziskovou organizací mohlo zdát nesmyslné, ovšem ale i nezisková organizace může prodávat své produkty. V případě střediska se jedná zejména o poskytování různých druhů služeb nebo prodej výrobků svých klientů.

Nejčastěji jsou klienty střediska využívány pečovatelské a ošetřovatelské služby, které jsou poskytovány v zařízeních Diakonie ve Valašském Meziříčí nebo přímo u klientů doma. Zejména terénní ošetřovatelská služba zaznamenala v minulých letech nárůst počtu klientů, jak je patrné z grafu 4.2 níže.

Graf 4.2 *Přehled počtu klientů v letech 2010-2016*



Zdroj: *Výroční zprávy střediska Diakonie ve Valašském Meziříčí, vlastní zpracování*

Je také viditelné, že poptávka po poskytování ošetřovatelské péče roste, což znamená také vyšší potřebu kvalifikovaného personálu a s tím spojené vyšší mzdové náklady. Pečovatelská péče je zaměřena spíše na pohodlí klienta, spadá zde také poskytování paliativní domácí péče,

kdy se personál snaží klientům poskytnout klidné dožití. Klienti paliativní domácí péče jsou zahrnuti u klientům pečovatelské služby, ale ročně se jedná o 6–10 % z celkového množství klientů. Rozdíl mezi poskytnutou pečovatelskou a ošetrovatelskou službou se meziročně zvyšuje a je tak potřeba reagovat na tento rostoucí trend a zajistit kvalifikovaný personál.

Organizace má v tomto směru velice dobře zpracovanou PR strategii, kdy celkový počet klientů meziročně stoupá. Služby začíná využívat stále více lidí a je potřeba přizpůsobit kapacity. Organizace má k dispozici veškeré informace a možnosti, jak služeb využít na svých webových stránkách, poskytuje také poradenskou činnost v tomto směru. Pracovníci jsou schopni klientovi nebo jeho rodinným příslušníkům poskytnout ucelené informace, jak službu získat, kde ji získat a jak ji financovat. Financování samotné bývá častou překážkou, protože klienti často nemají povědomí, že službu lze hradit z veřejného zdravotního pojištění. Poradenská služba je provozována přímo ve středisku a také na telefonní lince, kam se mohou potenciální klienti nebo jejich rodinní příslušníci dovolat. Ovšem poradenská služba byla v letošním roce rozšířena. Odborně školení pracovníci poradny podávají také instrukce, jak pečovat o nemocného, jakým způsobem je možné provádět hygienu na lůžku nebo jaké pomůcky jsou potřeba pro péči o nemocného. Propagace těchto rozšíření probíhá pomocí plakátů vyvěšených ve středisku, upozorněním na webových stránkách střediska v sekci Poradenské služby nebo také v terénu samotnými pracovníky, kteří o rozšíření informují rodinné příslušníky nebo klienty samotné.

Organizace také často pořádá přednášky pro veřejnost, kdy je informuje o všech svých aktivitách, zejména ve spolupráci s Městským úřad ve Valašském Meziříčí jsou středisku pro tyto účely propůjčeny prostory zasedací místnosti. Účast veřejnosti není tak vysoká, jak by si středisko přálo, nicméně účast postupně roste. Ke každé takové přednášce jsou vytvořeny plakáty v souladu s korporátní grafikou, které jsou poté vyvěšeny na veřejně dostupných místech. Událost je také sdílena na sociálních sítích a sdílena potenciálními účastníky nebo pracovníky střediska. Základem každého plakátu střediska je oku lahodící grafika a vhodně zvolený název události, což je hodnoceno velice pozitivně.

Dalším způsobem, jak organizace propaguje své služby jsou informační letáčky. Obsahují stručné a jasné informace, vždy je na nich uveden kontakt pro případ dotazů a lze tvrdit, že kontaktní osoby střediska reagují velice rychle. Jejich aktivní činnost se dále rozšiřuje i na

přednáškovou činnost a ve spolupráci se základními a středními školami pořádají besedy na různá témata jako jsou například péče o nemocné, péče o seniory nebo jen osvěta, jak svou přítomností pomoci svým prarodičům nebo rodičům. Tyto besedy jsou pořádány dle možností alespoň jednou ve školním roce na kooperujících školách. Často se jich účastní také někteří z klientů, aby mladému publiku přiblížili, jak je nejen fyzická, ale i duševní péče důležitá.

4.2.2 Zhodnocení aktivit v oblasti media relations a digitálního PR

Aktivity v těchto dvou oblastech jsou velice úzce spojeny. Je potřeba, aby informace směřující k tisku korespondovaly s informacemi, které jsou uváděny na webových stránkách nebo účtech sociálních sítí, které středisko spravuje. Je nutné, aby byly obě oblasti řízeny společně a informace byly shodné.

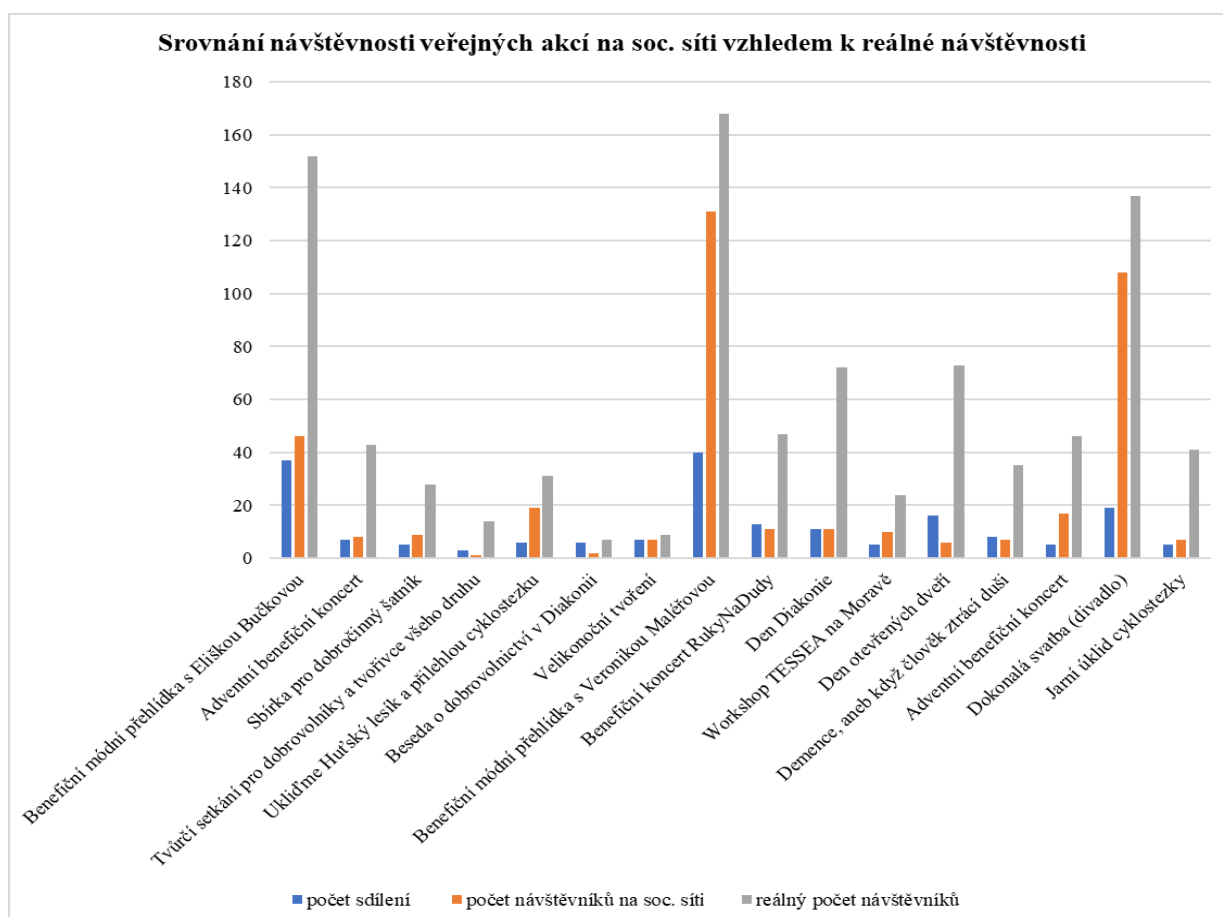
Středisko v rámci media relations spolupracuje s několika místními periodiky, jak již bylo zmíněno. Lze mezi ně zařadit například Valašský Deník, Jalovec, Zuberské noviny, Echo Valašska a další. Zde je nutnost, dle korporátního PR zveřejňovat dle předepsané grafiky plánované nebo konané události či nové projekty, které budou spolufinancovány městem Valašské Meziříčí nebo okolními obcemi. Zde jsou příspěvky z rozpočtu města a okolních obcí poměrně vysoké, viz dále v práci.

Novinkou v letošním roce se stala možnost odebírat pravidelný Diakonický zpravodaj střediska. Je posílán každý kalendářní měsíc v elektronické podobě na email zájemce. Veřejnost tak může mít stručný přehled každý měsíc v emailové schránce automaticky a vše si může přečíst z pohodlí domova. Obsahem zpravodaje jsou kromě nadcházejících akcí, také nové sbírky pořádané střediskem, informace o rozšíření stávajících služeb, nechybí uvedení kontaktních osob, je-li potřeba a na konci Zpravodaje také možnost pomoci, finančně, hmotným darem nebo dobrovolnictvím.

Oblast digitálního PR úzce navazuje na media relations, protože i novináři a žurnalisté sledují činnost střediska na sociálních sítích. Zde dostal profil střediska zcela novou podobu koncem roku 2016, kdy bylo nutno zaměřit aktivitu i digitálním směrem. Byl nově vytvořen profil na sociální síti Facebook a velká část aktivit se přesunula zde. Dnes je trendem sdílet příběhy obyčejných lidí a žádat o pomoc nebo spolupráci právě pomocí těchto sítí a tento druh aktivity se setkává s pozitivním ohlasem. Dříve docházelo k přímému kontaktu s dárci v podobě místních firem nebo živnostníků, známých nebo pomocí vyhlášení veřejné sbírky. Proud

informací byl tak složitý a proces získávání finanční podpory zdoluhavý a často ne tak účinný. Nyní jsou ke každému projektu nebo aktivitě vytvořeny nové události obsahující detaily, jak je možné podpořit a pomoci. Vysoký počet sdílejících poté přímo úměrně násobí šanci, jak získat co nejvíce finanční podpory například pro otevření Pralinkárny ve Valašském Meziříčí, která se stane zaměstnavatelem pro 12 lidí se zdravotním postižením, kteří by v jiném případě odpovídající zaměstnání nenašli. Z grafu 4.3 je patrné, že počet sdílení značně ovlivňuje reálnou účast na veřejných akcích střediska. Vezme-li se v potaz druh veřejné akce, je nejvyšší zájem veřejnosti o benefiční akce, které obsahují také kulturní program. Výtěžky z těchto akcí jsou poté i vyšší. Na dobrovolných akcích již není účast natolik vysoká, což může být dáno absencí ochoty nebo volného času obyvatelstva regionu. Nicméně se snaží zapojit zaměstnanci střediska spolu se svými rodinami a blízkými.

Graf 4.3 *Srovnání návštěvnosti veřejných akcí na sociální síti vzhledem k reálné návštěvnosti*



Zdroj: *Interní přehled míry účasti na akcích a automatické přehledy ze sociální sítě dostupné u pracovníce PR oddělení střediska, vlastní zpracování*

Neméně důležitá je také komunikace se stávajícími dárci. Pracovníci PR ve středisku se v tomto ohledu také vyvíjí. v minulosti byla komunikace mezi střediskem a dárci poměrně omezená. Docházelo pouze ke kontaktu v případě, bylo-li potřeba požádat o finanční příspěvek, odeslání poděkování a jednou ročně byli dárci přizváni k účasti na události Den Diakonie. Nyní je aktivita v péči o již navázaný vztah o úroveň výš. Dochází k celoročnímu kontaktu mezi zaměstnancem střediska a odpovědnou osobou dárce, a to tak, že jsou posílány přání k Velikonocům, Vánocům, Novému roku a pozvánky na nejrůznější akce. Středisko se tedy neomezuje pouze na Den Diakonie, ale již zahrnuje i další veřejné akce v podobě Benefiční módní přehlídky, Jarního úklidu, každoroční potravinové sbírky, sbírky oblečení nebo účast na Veletrhu práce, který ve Valašském Meziříčí probíhal v prvním týdnu měsíce dubna. Zaměstnanci se pravidelně připomínají zasláním Ročenky, poděkování nebo jen pozvání na kávu. Z pohledu dárců je tato pozitivní změna velice vítána a ochota poskytnout nejen finanční pomoc roste.

4.2.3 Zhodnocení PR aktivit ve vztahu k veřejnému sektoru

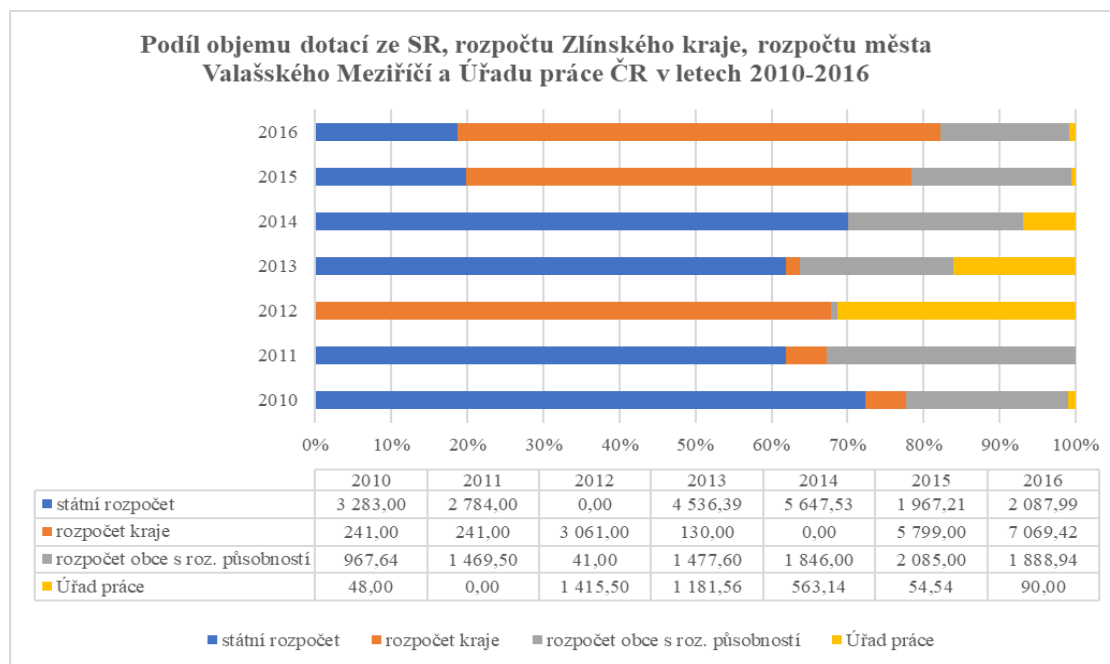
Spolupráce organizace a veřejného sektoru se zde přímo nabízí. Středisko úzce spolupracuje s okolními městy a obcemi v podobě multiplikačního týmu. Tento tým na základě analýz pracovníků sociálních odborů obecních úřadů nebo referentů úřadu práce místních pracovišť v Rožnově pod Radhoštěm nebo ve Valašském Meziříčí vyhodnocuje potřeby poskytování nových služeb nebo úpravu stávajících.

Tým se schází jednou ročně, aby zhodnotil, zda jsou aktuálně poskytované služby dostačující k pokrytí potřeb obyvatelstva. Nejpalčivějším problémem regionu je nezaměstnanost zdravotně postižených obyvatel. Tuto negativitu se středisko snaží odstranit zaměstnáváním zdravotně postižených ve svých dvou sociálních podnicích, a to v Secondhelpu, kde je prodáváno nošené značkové i neznačkové oblečení, a sociální podnik Palomino, který poskytuje služby v podobě čištění interiérů automobilů, dovoz obědů, úklid a vymalování kancelářských nebo soukromých prostor nebo dovoz regionálních potravin z místních farem až do domu.

Úzká spolupráce posledních dvou let se projevila růstem poskytnutých dotací, kdy se do pozadí dostává Úřad práce, který byl také poskytovatelem dotací, zejména ve smyslu zaměstnávání právě zdravotně postižených osob. Nyní je v poskytování dotací aktivnější

město Valašské Meziříčí, okolní obce a Zlínský kraj, které se snaží rozvoj střediska podpořit, viz data v grafu 4.4. Dotace z rozpočtu kraje a obcí jsou určeny zejména na zajištění provozu střediska. Dotace poskytnuté Úřadem práce ČR byly určeny na podporu zaměstnání osob se zdravotním znevýhodněním a zajištění dlouhodobé zaměstnanosti. Nyní tyto osoby dlouhodobě pracují v některém ze dvou sociálních podniků Palomino nebo Secondhelp.

Graf 4.4 *Přehled a struktura poskytovaných dotací v letech 2010-2016*



Zdroj: *Výroční zprávy střediska Diakonie ve Valašském Meziříčí, vlastní zpracování*

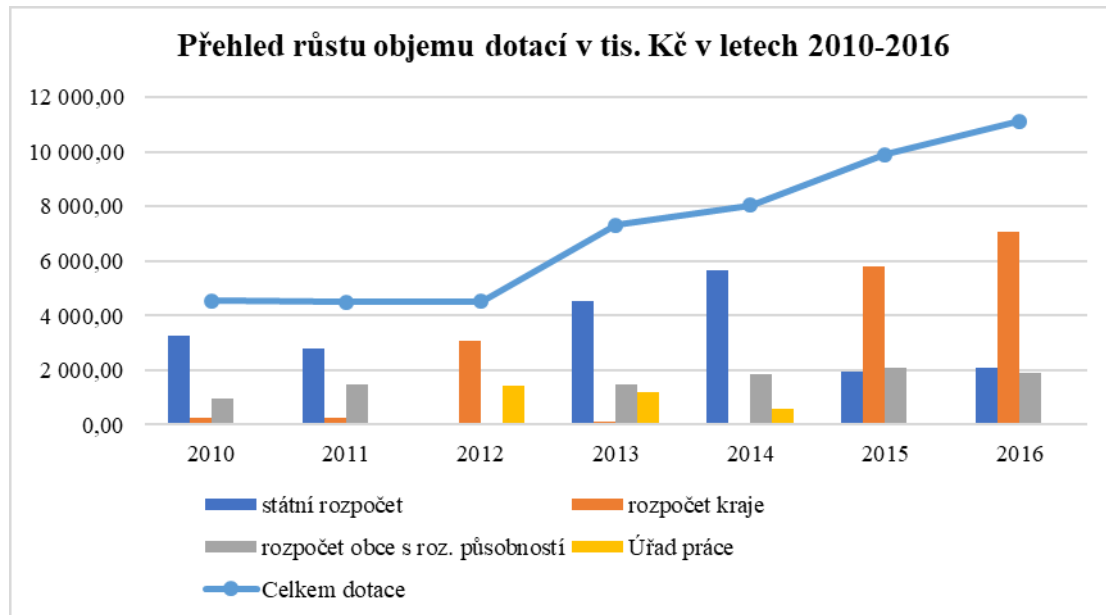
Dotační podpora ze strany státu probíhá prostřednictvím Ministerstva práce a sociálních věcí. Zejména se však jedná o dotace na zaměstnávání osob se zdravotním znevýhodněním. V letošním roce díky finančním darům z řad veřejnosti a rozpočtů okolních obcí mohla organizace pořídit zcela nové automobily pro pracovníky terénní pečovatelské a ošetrovatelské péče a zlepšit se tak její dostupnost pro klienty, kteří z důvodu svého bydliště nemohli jednu z těchto služeb využít.

Zde zapracovalo PR oddělení, které od konce roku 2016 navázalo úzkou spoluprací s pracovníky Úřadu práce ve Valašském Meziříčí a na základě kooperace multiplikačního týmu, střediska a úřadu práce došlo k prvnímu většímu úspěchu. Pracovníci PR oddělení přizvali zaměstnance Úřadu práce ke spolupráci a ti tak měli možnost vyrazit se zdravotníky

střediska do terénu ke svým klientům nebo navštívit pracovníky sociálních podniků střediska. Zjištění náročnosti práce a vzdálenosti klientů bylo jedním z klíčových, velice cennou zkušeností byla také možnost nahlédnout do každodenní práce zdravotníků.

Zvýšenou aktivitou na sociálních sítích a spoluprací s veřejným sektorem dochází k pozitivnímu vnímání střediska a růstu jeho oblíbenosti. Tato příležitost se ovšem také naskytla veřejnému sektoru, kdy je jejich finanční nebo dobrovolnická pomoc prezentována veřejně, v tisku i na internetových stránkách a sociálních sítích. Tato pozitivní zpětná vazba je samozřejmě veřejnosti dostupná a pomalu dochází ke změně veřejného mínění vůči orgánům státní správy a samosprávy. Podpora neziskového sektoru má rostoucí trend viditelný na středisku ve Valašském Meziříčí v grafu 4.5 níže. Nicméně je potřeba rostoucí trend udržet nebo jej stabilizovat na cílové úrovni. Tato úroveň však není střediskem stanovena, což by mohlo mít negativní dopad. V průběhu minulých let byl hospodářský výsledek střediska spíše záporný, což bylo dáno zejména otevřením nových projektů, financování těchto projektů nebo pořízení zdravotnických pomůcek pomocí bankovního úvěru.

Graf 4.5 Přehled růstu objemu dotací ve středisku v letech 2010-2016



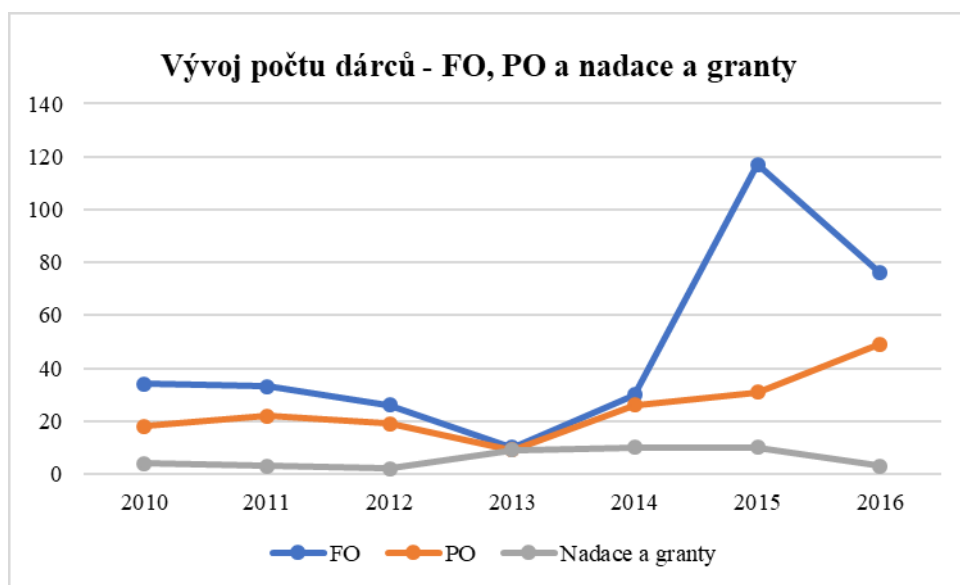
Zdroj: Výroční zprávy střediska Diakonie ve Valašském Meziříčí, vlastní zpracování

Aktivita PR oddělení střediska ve vztahu k veřejnému sektoru má pozitivní trend. Celkový objem dotací meziročně roste, což je viditelné na křivce grafu výše. Práce PR oddělení

neziskové organizace není jednoduchá a je potřeba ji velice dobře uchopit a nepoškodit přitom dobré jméno organizace, ještě těžší je toto jméno vybudovat a udržet.

Rostoucí objemy dotací však nejsou jediným zdrojem financování služeb a projektů. Je zde také pozitivní trend v růstu počtu dárců, jakožto fyzických osob. Dárci v podobě právnických osob (dále jen PO) se výrazně nemění, aby zde bylo potřeba více pozornosti, nicméně zde kolísá částka darovaná těmito právnickými osobami. Velice pozitivní je, že PO jako dárci, jsou zdrojem stabilního přísunu finančních zdrojů.

Graf 4.6 Vývoj počtu dárců v letech 2010-2016



Zdroj: Výroční zprávy střediska Diakonie ve Valašském Meziříčí, vlastní zpracování

Zejména rostoucí počet dárců z řad fyzických osob je velice pozitivní zprávou pro středisko. Viditelný vzestup v roce 2015 byl způsoben účastí Elišky Bučkové na Benefiční módní přehlídce, která svým veřejným prohlášením motivovala další známé osobnosti jako jsou například Karel Gott, Taťána Medvecká, Tereza Bebarová, Václav Noid Bárta a další, k finančnímu daru středisku, které v daný rok vybralo více než půl milionu korun českých. V roce 2014 také došlo k rapidnímu růstu objemu poskytnutých příspěvků, zejména z veřejných sbírek, který činil více než 1,3 milionu korun. Tento nárůst byl způsoben zahájením nové sociální služby, pro kterou byla potřeba značná finanční podpora, a to Sociální rehabilitace pro lidi s mentálním postižením.

Z dostupných ekonomických dat je tedy viditelné, že aktivita v PR oblasti neustává, a dokonce se vyvíjí. Množství služeb a jejich rozšiřování stoupá v reakci na poptávku veřejnosti v regionu. Aktivita střediska směřuje zejména k lidem, kteří jsou jakýmkoli způsobem ohroženi vyloučením ze společnosti. Jedná se zejména o zdravotně nebo mentálně postižené, těžce nemocné nebo seniory, kteří se bez pomoci neobejdou. Velké pozitivum zaměstnanců střediska je, že vynaložená aktivita na dosažení jejich cílů, se vrací v podobě každoroční finanční podpory firem výrobního charakteru v regionu, pozitivního vnímání činnosti střediska a skupince stálých dobrovolníků, kteří se střediskem spolupracují více než 7 let. V letošním roce se střediskem pracuje 18 dobrovolníků, kteří pocházejí hlavně z řad rodinných příslušníků zaměstnanců nebo bývalých zaměstnanců.

Vývoj v oblasti jiných finančních zdrojů je velice kladný. Jak již bylo řečeno, většina výrobních firem se stala každoročním dárcem, a to na základě dlouholeté spolupráce se střediskem a jeho postupného vývoje. V tabulce 4.1 níže je patrné, že intenzivní práce v oblasti public relations se postupně vrací v podobě finančních zdrojů, které budou využity pro otevřené projekty. Pokud si dárci nepřeje zůstat v anonymitě, jako poděkování získá od pracovníků PR oddělení střediska finální informace o výši vybraných příspěvků, informací k realizaci projektu a srdečné poděkování v podobě oficiálního děkovného dopisu nebo e-mailu, jehož přílohou je právě tento dopis. Postup se setkal s pozitivním hodnocením a středisko si pečlivě uchovává údaje o dárcích spolu s adresou, pokud je dárcem uvedena a snaží se navázat spolupráci.

Tabulka 4.1 *Vývoj v celkovém počtu dárců v letech 2010-2016*

Počet dárců v letech 2010-2016			
	FO	PO	Nadace a granty
2010	34	18	4
2011	33	22	3
2012	26	19	2
2013	10	9	9
2014	30	26	10
2015	117	31	10
2016	76	49	3

Zdroj: *Výroční zprávy střediska Diakonie ve Valašském Meziříčí, vlastní zpracování*

Vezmou-li se v potaz dostupná data, která byla zdrojem k vypracování analýzy aktivit střediska ve Valašském Meziříčí, je vývoj v oblasti vztahů s veřejností patrný. Ovšem je potřeba zpracovat a stanovit si roční finanční cíle, které pokryjí financování otevřených projektů, ovlivnit mínění veřejnosti pozitivním směrem, aby nebylo středisko bráno pouze jako zařízení s pečovatelskou službou, ale lidé k němu získali důvěru natolik, aby využívali i další služby a aktivity, které organizace nabízí. K efektivnímu zajištění těchto aktivit a služeb je také žádoucí rozšířit personální základnu a zefektivnit dostupnost služeb do hůře přístupných oblastí obcí daného regionu. Zejména tedy v zimním období.

Bude-li organizace dále intenzivně spolupracovat s veřejností, právníckými osobami, orgány státní správy a samosprávy způsobem, jaký zvolila v posledních pěti letech, bude její vývoj pozitivní a snáze pak ovlivní mínění veřejnosti a ponese dobré jméno.

5. Závěr

Cílem bakalářské práce bylo představit aplikaci principů public relations a zhodnotit úroveň využití nástrojů public relations a jejich přínosy v prostředí vybrané neziskové organizace. Pro její účely bylo tedy vybráno středisko Diakonie ve Valašském Meziříčí, u kterého byla v posledních letech zaznamenána rostoucí aktivita na poli public relations. Produkty, služby a další činnosti nabízené střediskem se postupně dostaly do povědomí veřejnosti a jejich návštěvnost meziročně roste. Důkazem je také rostoucí počet dárců z řad veřejnosti, ovšem za tímto úspěchem stojí úsilí PR oddělení střediska Diakonie, které svou práci dělá s přesvědčením a radostí.

Oblast interního PR je ve středisku poměrně dobře rozvinutá, ovšem je nutno podotknout, že jsou v organizaci stále rezervy. Dojde-li k distribuci Ročenky také do veřejně přístupných zařízení v její tištěné podobě, mohlo by to mít pozitivní vliv na další vývoj organizace. Její grafická podoba byla hodnocena jako velice příjemná, stručná a jasná. Také sdílení interních kalendářů by mohlo mít kladný dopad na informovanost mezi kolegy, kde se jiný pracovník nachází nebo jaký je aktuální stav otevřených projektů a v jakém stádiu se nachází jednání například k zapůjčení prostor pro konání besedy. Samozřejmostí je, že práce v oblasti PR je natolik rozmanitá, že vzhledem k velikosti a počtu aktivit střediska, ji nemohou vykonávat pouze dva pracovníci. Zde by bylo vhodné doplnit PR tým alespoň o jednoho dalšího kolegu, byť jen na poloviční úvazek, aby efektivita práce stoupla.

Oblast externí části PR ve středisku od roku 2012, kdy došlo k zavedení PR aktivit, meziročně zvyšuje svou úroveň. Produktové PR ve středisku se zaměřuje na nabídku svých služeb, poskytování dalších informací a nábor dobrovolníků. V této oblasti došlo k významnému pokroku, kdy došlo k nárůstu počtu otevřených projektů. Středisku se podařilo založit dva sociální podniky, které jsou stabilní a využívání služeb zejména podniku Palomino, které poskytuje úklidové služby a rozvážku obědů, roste. Nejvíce využívanou službou je momentálně čištění interiérů osobních automobilů. v porovnání s cenou této služby u autorizovaných servisů, je cena poloviční. Z provedeného výzkumu je patrné, že vzrostla i poptávka po pečovatelské službě. Bezpochyby je zde i vliv stárnutí generace, ovšem popularita této služby je dána zejména možností hrazení péče ze zdravotního pojištění, kvalitou poskytovaných služeb a rostoucí poptávkou zájemců o tuto službu. Zde by bylo potřeba pro efektivnější výkon práce, navýšit personální zdroje alespoň o jednoho dalšího

zaměstnance na plný úvazek. Zde se středisko stále potýká s nedostatky a komplikacemi, při zajištění směnného provozu.

Na poli media relations jsou již navázané vztahy mezi střediskem a místními periodiky stabilní a velice pozitivní. Dlouholetá spolupráce je zde základním prvkem. Periodika místního tisku z převážné části zveřejňují inzerci střediska sponzorsky, což je pozitivní z hlediska eliminace nákladů na PR. Novinkou letošního roku v této oblasti je Diakonický zpravodaj v elektronické podobě. Jeho zavedení je krokem kupředu, ovšem bylo by potřeba pracovat na jeho grafické podobě. Zde jsou ještě rezervy střediska a bylo by potřeba spojit korporátní grafiku, zajímavé titulky s obrazovými ilustracemi do formátu, který bude na pohled příjemný.

Digitální oblast PR je zaměřena zejména na aktivitu na sociálních sítích, která byla do roku 2015 téměř nulová. Bylo to dáno zejména pracovním vytížením PR oddělení a obavami pracovat v on-line prostředí. Pomocí sociální sítě se středisko snaží získat novou finanční podporu pro své projekty, částečně ovlivnit i postoj mladší generace v tom smyslu, že je potřeba postarat se i o své rodiče nebo prarodiče. Velkou návštěvnost a vyšší finanční výtěžek s sebou přinesly benefiční akce, které byly provázány s kulturním programem. Tento druh akce je veřejností nejnavštěvovanější, zejména díky pestrosti vystoupení a účinkujících. Doporučením do budoucna by bylo navázat na každoroční tradici. Překážkou jsou však časová náročnost samotné organizace akce, oslovit veřejné známé osobnosti regionu s dostatečnou časovou rezervou, aby nedocházelo ke komplikacím s odmítnutím účasti.

Za negativum je považována absence analýzy mínění veřejnosti. Zde má organizace pouze neúplné informace z řad klientů nebo návštěvníků akcí, jakým způsobem ji veřejnost vnímá. Zde by mohla organizace zařadit pravidelný, alespoň jednou ročně, nezávislý průzkum veřejného mínění. Dnešní internetové servery nabízí bezpočet možností, jak tento průzkum provádět. Nejjednodušším způsobem by mohlo být využití profilu na sociální síti a vytvořit anketu, jak je Diakonie ve Valašském Meziříčí vnímána. Zda budou odpovědi jednoznačně pozitivní, negativní nebo neutrální. Organizace by tak mohla pracovat také s názorem laiků, nejen odborných pracovníků v podobě multiplikačního týmu, který analyzuje, zda jsou poskytované služby a otevřené projekty v daném regionu dostačující.

Dokáže-li středisko stabilizovat personální zdroje, nastavit si finanční cíle v oblasti podpory a rozvoje nových projektů a dále pokračovat v pravidelné komunikaci s dárci, budou mít tyto zásadní kroky pozitivní vliv na jeho veřejný status.

Public relations střediska Diakonie ve Valašském Meziříčí se rozvíjejí a je možné tvrdit, že správným směrem. Kooperace s veřejným a soukromým sektorem je hodnocena pozitivně a její vývoj bude dále sledován.

Seznam použité literatury

Odborná literatura

BELÍČKOVÁ, Kornelia a Sylvia BUKOVOVÁ, *Ekonomika tretieho sektora*. 1. vydání. Bratislava: Mercury, 2007. 125 s. ISBN 978-80-89143-45-0

BERNAYS, Edward L., *Public relations*. Kindle edition. Oklahoma: University of Oklahoma Press, 2013. 386 s. ISBN 978-0-8061-1457-6

HARLOW, Rex F., *Building of public relations definiton. Public relations review*. 2. vydání, kapitola 4. 34-42 s. Dostupné z [https://doi.org/10.1016/S0363-8111\(76\)80022-7](https://doi.org/10.1016/S0363-8111(76)80022-7)

HIEBERT, Eldon R., *Precision public relations*. 1. vydání, Harlow: Longman publishing group, 1988. 96 s. ISBN 978-0-8013-0045-5

HEATH, Robert L., *Encyclopedia of public relations*. University of Houston, 2. edition, Los Angeles: SAGE Publications, 2005. 1152 s. ISBN 978-1-4522-4079-4

HEJLOVÁ, Denisa, *Public relations*. 1. vydání, Praha: Grada Publishing, 2015. 250 s. ISBN 978-80-247-5022-4

REKTOŘÍK, Jaroslav, *Organizace neziskového sektoru*. 3. vydání, Praha: Ekopress, 2010. 188 s. ISBN 978-80-8692-954-5

SALOMON, Lester M. a Helmut K. ANHEIER, *Defining the non-profit sector. A cross.national analysis*. 1. edition, Manchester: Manchester University Press, 1997. 536 s. ISBN 0-7190-4901-6

STEJSKAL, Jan, Helena KUVÍKOVÁ a Kateřina MAŤÁTKOVÁ, *Neziskové organizace – Vybrané problémy ekonomiky se zaměřením na nestátní neziskové organizace*. 1. vydání, Praha: Wolters Kluwer ČR a.s., 2012. 172 s. ISBN 978-80-7357-973-9

TETŘEVOVÁ, Liběna. *Veřejná ekonomie*. 1. vydání, Praha: Professional Publishing, 2008. 185 s. ISBN 978-80-86946-79-5

VYSEKALOVÁ, Jitka a kolektiv. *Chování zákazníka. Jak odkrýt tajemství „černé skříňky“*. 1. vydání, Praha: Grada Publishing, 2011. 360 s. ISBN 978-80-247-3528-3

Právní předpisy

Zákon č. 3/2002 Sb., Zákon o svobodě náboženského vyznání a postavení církví a náboženských společností a o změně některých zákonů (zákon o církvích a náboženských společnostech).

Zákon č. 83/1990 Sb., Zákon o sdružování občanů (zrušeno k 1.1.2014).

Zákon č. 89/2012 Sb. Zákon občanský zákoník.

Zákon č. 90/2012 Sb., Zákon o obchodních společnostech a družstvech (zákon o obchodních korporacích).

Zákon č. 218/2000 Sb., Zákon o rozpočtových pravidlech a o změně některých souvisejících zákonů (rozpočtová pravidla).

Zákon č. 219/2000 Sb., Zákon o majetku České republiky a jejím vystupování v právních vztazích.

Zákon č. 227/1997 Sb., Zákon o nadacích a nadačních фондах a o změně a doplnění některých souvisejících zákonů (zákon o nadacích a nadačních фондах).

Zákon č. 248/1995 Sb., Zákon o obecně prospěšných společnostech a o změně a doplnění některých zákonů (zrušen k 1.1.2014).

Zákon č. 561/2004 Sb., Zákon o předškolním, základním, středním, vyšším odborném a jiném vzdělávání (školský zákon).

Zákon č. 586/1992 Sb., Zákon České národní rady o daních z příjmů.

Elektronické dokumenty a ostatní

UNITED NATIONS, *Handbook of National Accounting: Handbook on Non-Profit Institutions in the System of National Accounts.*

Seznam zkratek

APRA	Asociace public relations agentur
B2B	Bussines-to-bussines
ČCE	Českobratrská církev evangelická
FO	Fyzická osoba
NNO	Nestátní nezisková organizace
NO	Nezisková organizace
OPS	Obecně prospěšné společnosti
OSS	Organizační složka státu
PO	Právnícká osoba
PR	Public relations
ÚSC	Územně správní celek

Seznam obrázků

Obrázek 2.1	Rozdělení dle vztahu k cílovým skupinám
Obrázek 2.2	Pestoffův trojúhelníkový model národního hospodářství
Obrázek 2.3	Rozdělení nestátních neziskových organizací v ČR podle jejich funkcí
Obrázek 3.4	Schéma organizačních jednotek zřizovaných Diakonií ČCE

Seznam grafů

Graf 3.1	Vývoj mzdových nákladů v letech 2010-2016
Graf 3.2	Přehled hospodaření střediska Diakonie ve Valašském Meziříčí v letech 2010-2016
Graf 4.1	Vývoj průměrné čisté mzdy ve středisku v letech 2010-2016
Graf 4.2	Přehled počtu klientů v letech 2010-2016
Graf 4.3	Srovnání návštěvnosti veřejných akcí na sociální síti vzhledem k reálné návštěvnosti
Graf 4.4	Přehled a struktura poskytovaných dotací v letech 2010-2016
Graf 4.5	Přehled růstu objemu dotací ve středisku v letech 2010-2016
Graf 4.6	Vývoj počtu dárců v letech 2010-2016

Seznam tabulek

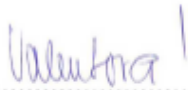
Tabulka 4.1 Vývoj v celkovém počtu dárců v letech 2010-2016

Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce

Prohlašuji, že

- jsem byla seznámena s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. – autorský zákon, zejména § 35 – užití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a užití díla školního a § 60 – školní dílo;
- beru na vědomí, že Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava (dále jen VŠB-TUO) má právo nevýdělečně, ke své vnitřní potřebě, bakalářskou práci užít (§ 35 odst. 3);
- souhlasím s tím, že bakalářská práce bude v elektronické podobě archivována v Ústřední knihovně VŠB-TUO a jeden výtisk bude uložen u vedoucího bakalářské práce. Souhlasím s tím, že bibliografické údaje o bakalářské práci budou zveřejněny v informačním systému VŠB-TUO;
- bylo sjednáno, že s VŠB-TUO, v případě zájmu z její strany, uzavřu licenční smlouvu s oprávněním užít dílo v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- bylo sjednáno, že užít své dílo, bakalářskou práci, nebo poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠB-TUO, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly VŠB-TUO na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše).

V Ostravě dne 9.5.2018


.....
Barbora Valentová

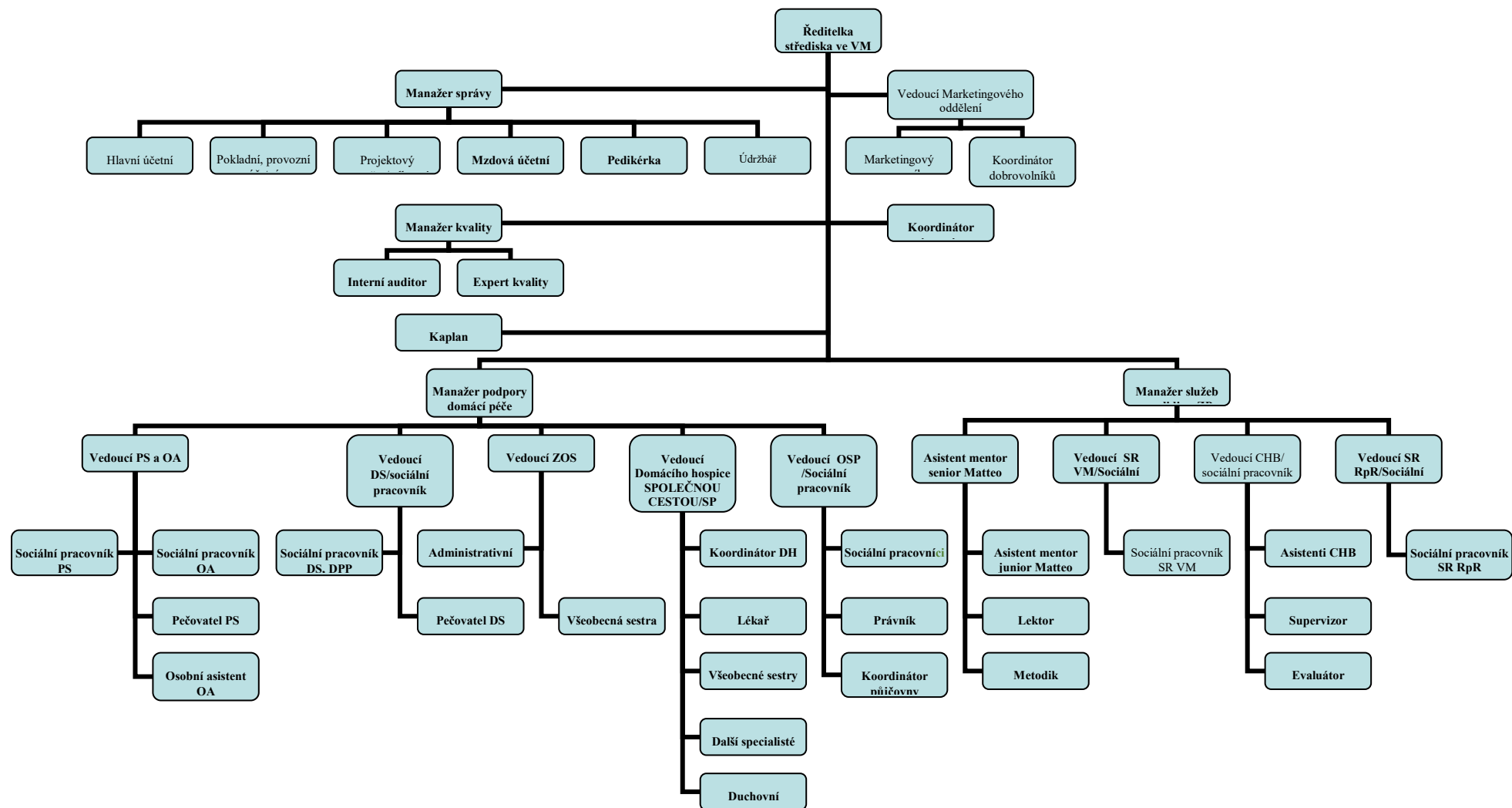
Seznam příloh

Příloha č. 1 – Organizační řád střediska Diakonie ČCE ve Valašském Meziříčí

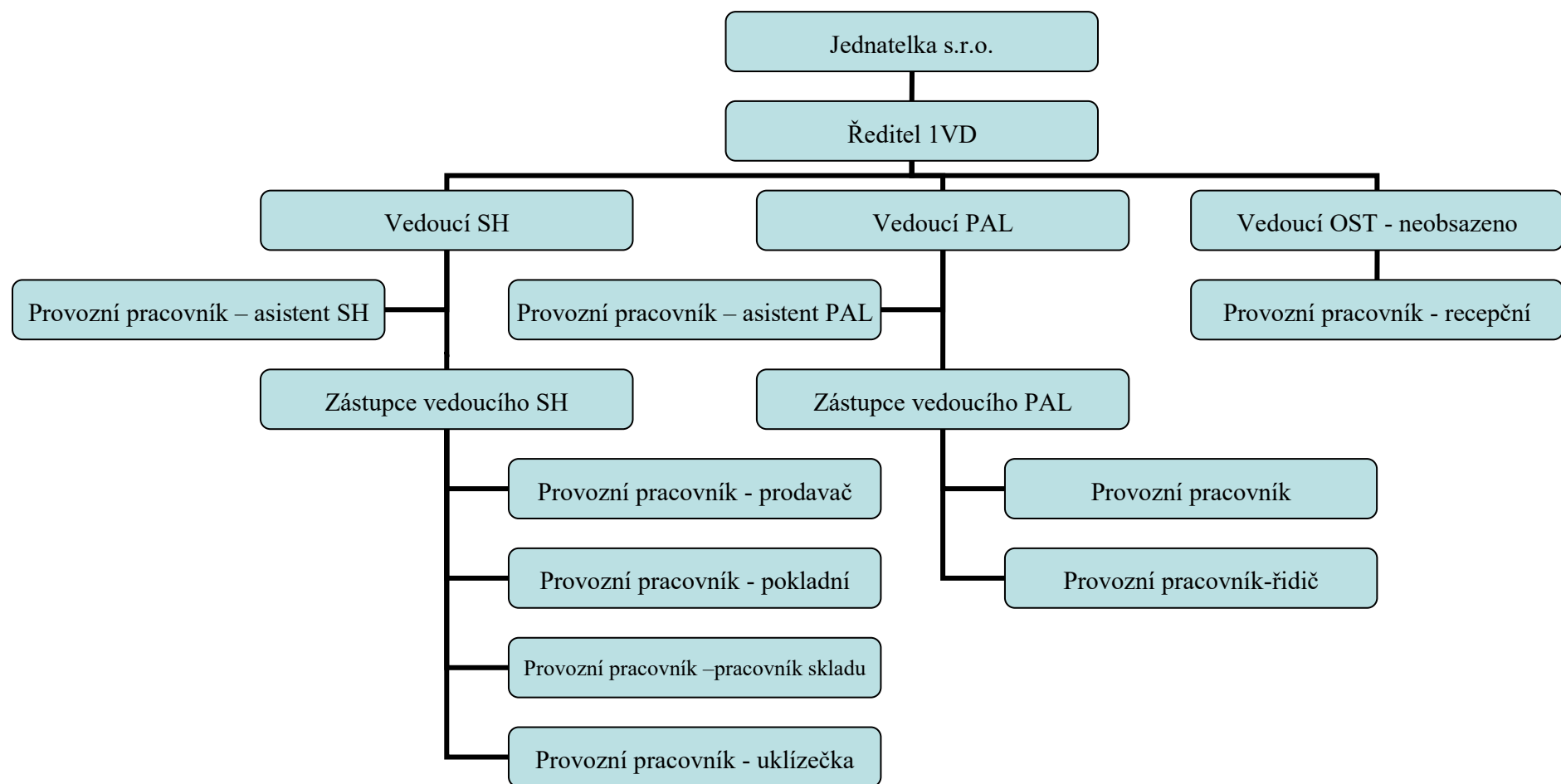
Příloha č. 2 – Projektová dokumentace k 25. výročí střediska Diakonie ČCE ve Valašském Meziříčí

Přílohy

Příloha č. 1 - Organizační řád střediska Diakonie ČCE ve Valašském Meziříčí a 1. Valašské diakonické, s.r.o.



Organizační struktura 1. Valašské diakonické, s.r.o. od 1. 4. 2018



Příloha č. 2 - Projektová dokumentace k 25.výročí střediska Diakonie ČCE ve Valašském Meziříčí

Zápis ze schůzky k 25. výročí Diakonie

27. května 2017

Přítomni:

Alena Hellerová, DiS.
Mgr. Zuzana Venturová
Drahomíra Holubová



Den diakonie 27. května 2018

Dopolední bohoslužby proběhnou v zahradě hospice Citadela (při nepříznivém počasí uvnitř), budou společné pro obě střediska, s pověřováním zaměstnanců.

Další program bude v zahradě domu Sociálních služeb.

- Nutno nahlásit na ten den parkování pouze na zadním dvoře, hosté budou parkovat u školy Žerotínova

Od 12 hodin se bude podávat guláš pro zaměstnance a hosty, kteří přijdou už dopoledne a budou se přesouvat na zahradu u Diakonie.

Podněty:

			Náklady
Stánky	p. D. Šulák – domluvit dovoz, poskládání, odvoz	D. Holubová	zdarma
Zajištění elektřiny	Antoničky přislíbil p. Kopřiva (Tucan), zkusit zjistit na MěÚ	D. Holubová	
Aparatura ozvučovací + zvukař – odpolední akce		Z. Venturová	
Ozvučení bohoslužby – mikrofón	Pavel Bartoň?	A. Hellerová	

Zápis ze schůzky k 25. výročí Diakonie

27. května 2017

Pověřování zaměstnanců	Dárky – kytky, svíčky – sjednotit s Citadelou	Z. Venturová, A. Hellerová	
fotograf	p. Dostál	A. Hellerová	
	p. Sobotka – příslibeno☺		
Zjistit kontakt na kameramana	TV nebo vlastní video na you toobe? – k diskuzi	A. Hellerová	
Moderátoři:	Jarda Kneisl - domluveno	A. Hellerová	
	Pavel Helan - domluveno	A. Hellerová	
Úvodní slovo programu	Pavel Hanych - domluveno	A. Hellerová	
Velké stany, zajistit rovněž instalaci, dovoz, odvoz	Jan Perutka – Gastroprodukt, Zahradníček – Guláš Fest Hasiči (mají 3 stany 10x6m)- přes pana Kopřivu (Tucan)	D. Holubová	
Pódium, stavba a zastřešení	p. Štěrba – KZ, 9x7xm, zastřešení, zajistit uchycení!!! p. Šturm - Jarcová	Holubová, Venturová	benefičně
Zvonky Ratiboř		Z. Venturová	
Pavel Helan	Domluveno☺	A. Hellerová	zdarma
Lucka Rádlová	Nemůže☺	A. Hellerová	
Vlasta Rádlová	Nemůže☺	A. Hellerová	
Docuku	Domluveno☺,	Z. Venturová	5.000,-
Pivní sety (25 setů)	Příslibeno p. Kopřivou		
3 podružné rozvaděče + prodlužky	Příslibeno p. Kopřivou		
Cvrčci (Salvator) nebo ZUŠ Ježíková		Z. Venturová	
Jarda Kneisl + Jasénka	Domluveno☺	A. Hellerová	3.000,-
GympI – basové G		Z. Venturová	
Hudba ke slavnostním bohoslužbám	Domluveno☺	A. Hellerová	
R-café/zmrzlina	Příslibeno☺	A. Hellerová	
Tucan – káva + ostatní nápoje	Příslibeno☺	A. Hellerová	
Pivo	Přizvat Vaigl, Zahradníček (Guláš fest)	D. Holubová, Z. Venturová	úhrada jen za zaměstnance Diakonie,

Guláš	– stánek s občerstvením, stoly, zastřešení sezení		guláš + pivo + stavba stanů = 24.000,-
Frgály - teambuilding		Zdislava?	
Koláče a cukroví – kuchyň hospice		Z. Venturová	
Koláče a cukroví – chráněné bydlení a SR	CHB – klienti neupečou SR – zjistit u M. Heblákové	D. Holubová/Maňáková	
Výstava - gymnázium		A. Hellerová	
Výstava fotografií klientů SR		A. Hellerová	Z projektu Žijeme tu s vámi
Program pro děti	Mládež ze sboru	Z. Venturová	
	Zlaté šípy – Ivo Skoček 737373033 (Vrtule, mobilní sada her, obří kostky, dobrovolníci?)	A- Hellerová	
	SPŠ sklářská	A. Hellerová	
	Korálky – perlička	D. Holubová	
	Skákací hrad velký	Z. Venturová	
	Skákací hrad malý	H. Huťková	
	Maxi bubliny	A. Hellerová	
	Balonky s heliem	D. Holubová	2.300,- (na 100 balonků)
	Bezpečnostní pásy		
	hasiči		
	Policajtí? (L. Kostelná)		
Oslovení médií (Zpravodaj, Valašský deník, apod.)			
Příprava propagačních materiálů (plakáty, pozvánky, upoutávky, ohlášky)			
Dárkové předměty pro vystupující	Mária Havlová? Hrnečky?		
Aktualizace počet pověřovaných zaměstnanců	Květen	Z. Venturová, A. Hellerová	

Zápis ze schůzky k 25. výročí Diakonie

27. května 2017

Vkladka do novin, počet, kalkulace – 12.500 ks, 8 stran + distribuce Zpravodaj (o ceně se jedná)		A. Hellerová, Z. Venturová	30000
Texty do vkladky		A. Hellerová Z. Venturová	
Výroba buttonu – zjistit cenovou nabídku		A. Hellerová	2.904,- (500 ks) 4.840,- (1000 ks)
Informovat v kostele, že se bohoslužba koná na zahradě Citadely		A. Hellerová	
Záštitu starosty města VM		D. Holubová, Z. Venturová	
Záštitu hejtmána Zlínského kraje	Zjistit koho oslovit	D. Holubová, Z. Venturová	
Známa osobnost, politik	Starosta, místostarosta VM		
Dotace – město VM		Z. Venturová nebo D. Holubová	

Spoluorganizátoři:

Hospic, Středisko, Východomoravský seniorát, Sbor ČCE – VM

Partneři: Tucan, Regionální televize, TV Noe – dojednáno (A. Hellerová)

Český rozhlas (poslány materiály – A. Hellerová, neozvali se)

Město VM, KZ (zapůjčení pódia), eRcaffé

Občerstvení

- Zahradníček – pořadatel Guláš festu
 - zajistili by občerstvení celé akce,
 - guláš, pivo, nealko, opékané klobásky (gril na večer)
 - stany, pivní sety
- Vaigl – 606 722 176
 - Guláš s chlebem 1 osoba/80,-
 - Nápoje 1 osoba/30,-

Zápis ze schůzky k 25. výročí Diakonie

27. května 2017

- 2 stany pro cca 150 osob
 - Postavení a zbourání stanů 2.000,-
- Gastroprodukt – 734 537 350
 - Vyřizuje paní Seidlová – 730 148 972
 - Stany ano – cena?
 - Guláš standardně 1 osoba/69,-, vlastní maso minus 20% až 30%
 - Nápoje 30,-/ osoba
 - Vlastní maso (hovězí)– 120g/1 porce – cca 30 kg
- Střední integrovaná škola – oslovit a nechat si udělat nabídku
- eRcaffé – káva, zákusky, chlebičky?
- Tucan – káva, nápoje
- Občerstvení pro vystupující

Personál

- Recepce
- U vstupu
- U dobrovolného vstupu
- Dobrovolníci?

Stánky

- Zapůjčení stánků z MěÚ VM
- Umístění vedle budovy střediska Diakonie (parkoviště aut)
- Stánky s aktivitami pro děti
- Stánky na propagaci středisek
- Stan pro vystupující – zázemí

Návrh programu:

Zápis ze schůzky k 25. výročí Diakonie

27. května 2017



10:00 – 12:00	Bohoslužba	
12:00 – 12:45	Občerstvení (v 11:00 začít chystat)	
12:45 – 13:30	Zahájení – vystoupení Jasénka	
13:30 – 14:00	Oficiální zahájení – proslov ředitelek, osobností (upřesníme)	moderuje P. Hanych
14:00 – 14:30	vystoupení dětí Cvrčci? Ježíková?	
15:00 – 16:00	koncert Pavla Helana	
16:00 – 17:00	přestávka (může být i kratší, pokud bude skluz)	
16:30 – 17:00	Zvonky – přesun do Citadely	
17:00 – 18:00	koncert Docuku	
18:00	zakončení, rozloučení, poděkování	moderuje P. Helan